

**ANALISIS PERANCANGAN STRUKTUR ORGANISASI PADA BISNIS KONVEKSI
DENGAN PENDEKATAN *DESIGN THINKING* GUNA
MENGOPTIMALKAN PROSES BISNIS
(STUDI KASUS: UMKM 333 *JERSEY*)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1
Pada Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri**



Disusun oleh:

**Nama : Muhammad Hakimi Luthfianto Wisnu Murti
NIM : 18522337**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI PROGRAM SARJANA
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN

Demi Allah, saya akui karya ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali nukilan dan ringkasan yang setiap satunya telah saya jelaskan sumbernya. Jika dikemudian hari ternyata terbukti pengakuan saya ini tidak benar dan melanggar peraturan yang sah dalam karya tulis dan hak kekayaan intelektual maka saya bersedia ijazah yang telah saya terima untuk ditarik kembali oleh Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 22 Maret 2024



Muhammad Hakimi Luthfianto Wisnu Murti

SURAT BUKTI PENELITIAN**SURAT KETERANGAN PENELITIAN****SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN**

Yogyakarta, 1 Maret 2024

Kepada Yth.

Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang KM 14.5 Besi, Sleman
di
Yogyakarta

Dengan Hormat,

Berdasarkan permohonan izin penelitian yang kemudian dilanjutkan dengan proses pengambilan oleh mahasiswa atas nama

Nama : Muhammad Hakimi Luthfianto Wisnu Murti
NIM : 18522337
Prodi/Fak : Teknik Industri/ Fakultas Teknologi Industri
Universitas : Universitas Islam Indonesia

Telah melaksanakan penelitian yang berjudul “Analisis Perancangan Struktur Organisasi pada Bisnis Konveksi dengan Pendekatan *Design Thinking* Guna Mengoptimalkan Proses Bisnis pada UMKM 333 Jersey”, yang dimulai pada tanggal 3 November 2023 sampai tanggal 29 Februari 2024.

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 1 Maret 2024



LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING
ANALISIS PERANCANGAN STRUKTUR ORGANISASI PADA BISNIS KONVEKSI
DENGAN PENDEKATAN *DESIGN THINKING* GUNA MENGOPTIMALKAN PROSES
BISNIS
(STUDI KASUS: UMKM 333 *JERSEY*)



Yogyakarta, 26 Agustus 2024

Dosen Pembimbing

(Wahyudhi Sutrisno, S.T., M.M., M.T.)

LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

**ANALISIS PERANCANGAN STRUKTUR ORGANISASI PADA BISNIS KONVEKSI
DENGAN PENDEKATAN *DESIGN THINKING* GUNA MENGOPTIMALKAN
PROSES BISNIS
(STUDI KASUS: UMKM 333 JERSEY)**

TUGAS AKHIR

Disusun Oleh:

Nama : Muhammad Hakimi Luthfianto Wisnu Murti
No. Mahasiswa : 18522337

**Telah dipertahankan di depan sidang pengujian sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri**

**Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta, 22 Agustus 2024**

Tim Penguji

Wahyudhi Sutrisno, S.T., M.M., M.T

Ketua Penguji

Muchamad Sugarindra, S.T., M.T.I.

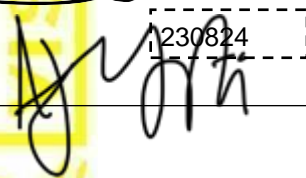
Anggota I

Atyanti Dyah Prabaswari, S.T., M.Sc.

Anggota II


260824




1230824

Mengetahui,

**Ketua Program Studi Teknik Industri Program Sarjana
Fakultas Teknologi Industri**

Universitas Islam Indonesia



**Ir. Muhammad Ridwan Andi Purnomo, S.T., M.Sc., Ph.D., IPM.
015220101**

HALAMAN PERSEMBAHAN

Mengucapkan puji syukur kepada pemilik alam semesta, Allah SWT, atas izin dan kehendaknya-Nya. saya persembahkan tugas akhir ini kepada kedua orang tua saya yang selalu menyertakan namaku di dalam untaian doa, serta selalu hadir dalam keadaan suka maupun duka dan kasih sayang dengan segala macam rupa. Teruntuk seluruh teman yang sudah saya anggap sebagai saudara yang selalu menjadi pelipur lara ketika rasa pasrah dan ingin menyerah sesekali menghantui, terima kasih telah memberikan warna pada kanvas kisah yang sudah saya lalui.

MOTTO

“Dan janganlah kamu merasa lemah dan janganlah pula bersedih hati, sebab kamulah yang paling tinggi derajatnya, jika kamu orang-orang yang beriman”
(Q.S Ali Imran : 139)

“Sebuah kehormatan mengawalmu pahlawan, untuk selalu berjuang mewujudkan harapan,
percaya kita kan rayakan kawan”
“Promessa per un onore”
(Neckemic)

“Bekerja dengan hati, dan kehormatan sebagai dasarnya”
(PERKAM)

KATA PENGANTAR

Bismillaahirrahmaanirrahiim

Assalamu'alaikum Warakhmatullahi Wabarakatuh.

Segala puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Proposal Penelitian yang berjudul “**Analisis Perancangan Struktur Organisasi pada Bisnis Konveksi Dengan Pendekatan *Design Thinking* Guna Mengoptimalkan Proses Bisnis pada UMKM 333 Jersey**”

Tugas akhir ini dilakukan sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan jenjang Strata-1 di Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Indonesia. Tak lupa sholawat dan salam saya panjatkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah berjuang dan membimbing kita keluar dari kegelapan menuju jalan terang benderang untuk menggapai ridho Allah.

Dalam pelaksanaan dan penyusunan laporan tugas akhir, penulis banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Hari Purnomo, M.T., IPU., ASEAN.Eng. selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Drs. Imam Djati Widodo, M.Eng.Sc. selaku Kepala Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Ir. Muhammad Ridwan Andi Purnomo, S.T., M.Sc., Ph.D., IPM, selaku ketua Program Studi Teknik Industri Program Sarjana Universitas Islam Indonesia
4. Bapak Wahyudi Sutrisno, S.T., M.M., M.T. selaku dosen pembimbing TA yang telah memberikan bimbingan, ilmu, saran, serta waktunya dalam penyusunan Tugas Akhir.
5. Bapak Zulfi Kusuma, S.T sebagai pemilik UMKM 333 *Jersey* yang telah memberikan waktu dan ilmu selama saya melakukan penelitian.
6. Bapak Anton Tri Raharjo, S.E dan Ibu Soesy Hendarti, S.Sos saya ucapkan banyak terima kasih sudah membimbing dan menuntun saya sedari kecil hingga kini aku tumbuh dewasa, kasih sayangmu tak akan pernah padam.
7. Kepada sahabat saya Mayrizal Arsyilia Setyadi dan Prasanda Aulia Niki yang selalu menemani dikala saya terpuruk dan hampa.
8. Kepada seluruh elemen Leambou Coffee yang selalu setia menjadi tempat untuk bertukar pendapat dan berkeluh kesah.
9. Kepada Muhammad Firdaus, Muhammad Rizal Hamdani, Muhammad Rizky Darmawan, Muhammad Arifin, Muhammad Natsir Satria, Muhammad Firdaus Pangestyawira, Abdu Syakor dan Intan Sulistyaningrum yang sudah menemani langkah saya dalam berjuang.
10. Terkhusus kepada sahabat saya yang menghilangkan diri Doni Bayu Bramastya, ayo jangan menyerah kamu bisa.
11. Dan seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang turut membantu dalam menyusun Tugas Akhir.

Wassalamualaikum Warakhmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 22 Maret 2024

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke extending to the right.

Muhammad Hakimi Luthfianto Wisnu Murti

ABSTRAK

Perkembangan industri konveksi meliputi berbagai macam jenis dari skala kecil hingga besar, hal ini diakibatkan oleh beberapa faktor, salah satunya dalam hal produk yang dihasilkan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia yaitu sandang yang akan membuat bisnis ini akan selalu memiliki pasar. UMKM 333 *Jersey* merupakan salah satu UMKM yang memproduksi beberapa pakaian atau *Jersey*. Karena perusahaan masih dalam tahap berkembang diperlukan inovasi yang sesuai dengan kebutuhan bisnis agar dapat bersaing dengan para pesaingnya untuk bisnis yang berkelanjutan. Salah satu faktor yang menyebabkan UMKM 333 *Jersey* kurang berkembang karena belum adanya struktur organisasi yang jelas, dimana hal ini mengakibatkan proses bisnis tidak berjalan seperti apa yang diinginkan. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *Design Thinking* dan *Business Process Modeling Notation*. Hasil penelitian didapatkan struktur organisasi pada UMKM 333 *Jersey* yaitu struktur dengan lima divisi dan dikepalai langsung oleh *owner*, beberapa divisi memiliki bagian dibawahnya guna memetakan tugas dan wewenang dari tiap bagian. Sedangkan perancangan dan penyusunan proses bisnis pada UMKM 333 *Jersey* terdapat tiga proses bisnis utama pada 333 *Jersey* yaitu *Make to order*, *Make to stock*, dan *Reselling*. Dimana pemilik ingin mengembangkan usahanya dari yang awalnya hanya membuat *Jersey* untuk kebutuhan pelanggan menjadi penyedia kebutuhan olahraga terlengkap di Yogyakarta.

Kata Kunci: BPMN, *Design Thinking*, Konveksi, Struktur Organisasi, UMKM.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
SURAT BUKTI PENELITIAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.5 Batasan Penelitian.....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Kajian Literatur.....	6
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1 Struktur Organisasi.....	10
2.2.2 <i>Design Thinking</i>	11
2.2.3 <i>Six Sigma</i>	14
2.2.4 <i>Kaizen</i>	15
2.2.3 Proses Bisnis.....	17
2.2.4 <i>Business Process Modeling Notation</i>	17
BAB III METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Objek dan Subjek Penelitian.....	20
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	20
3.2.1 Observasi.....	20
3.2.2 Studi Pustaka.....	20
3.3 Alur Penelitian.....	20
3.4 Pengolahan Data.....	22
3.4.1 <i>Empathize</i>	22
3.4.2 <i>Define</i>	22
3.4.3 <i>Ideate</i>	23
3.4.4 <i>Prototype</i>	23
3.5 Analisis dan Pembahasan.....	23
3.6 Kesimpulan dan Saran.....	23
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	24
4.1 Profil Perusahaan.....	24
4.1.1 Visi Perusahaan.....	24
4.1.2 Misi Perusahaan.....	24

4.2	<i>Empathize</i>	24
4.2.1	Hasil Wawancara dan Empathy Map	24
4.3	<i>Define</i>	27
4.4	<i>Ideate</i>	29
4.4.1	Rancangan Struktur Organisasi dan Proses Bisnis	29
4.5	<i>Prototype</i>	35
4.5.1	Struktur Organisasi Usulan	35
4.5.2	Proses Bisnis Usulan	39
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN		44
5.1	Analisis Pengambilan Data	44
5.2	Analisis <i>Empathize</i> dan <i>Define</i>	44
5.3	Analisis <i>Ideate</i>	45
5.4	Analisis <i>Prototype</i>	47
5.4.1	Analisis Struktur Organisasi usulan	47
5.4.2	Analisis Proses Bisnis Usulan	49
BAB VI PENUTUP		62
6.1	Kesimpulan	62
6.2	Saran	62
6.2.1	Bagi Perusahaan	62
6.2.2	Bagi Penelitian Selanjutnya	63
DAFTAR PUSTAKA		64
LAMPIRAN		69

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Kajian Literasi	9
Tabel 2. 2 Perbandingan Metode	16
Tabel 4. 1 Tabel pertanyaan <i>Empathy map</i>	25
Tabel 4. 2 <i>Point of View</i>	28
Tabel 4. 3 Kebutuhan <i>resource</i>	38
Tabel 5. 1 Jumlah <i>resource</i> pada pra produksi <i>Make to Order</i>	49
Tabel 5. 2 Jumlah <i>Resorce</i> pada <i>make to order</i> produksi	51
Tabel 5. 3 Hasil simulasi proses produksi	52
Tabel 5. 4 Jumlah <i>resorce</i> pada <i>make to order</i> paska produksi	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Ketergantungan antar struktur organisasi.....	11
Gambar 2. 2 Kriteria <i>Design Thinking</i>	12
Gambar 2. 3 Lima tahapan <i>Design Thinking</i>	13
Gambar 2. 4 Konsep Payung <i>Kaizen</i>	15
Gambar 2. 5 Langkah <i>Kaizen</i>	16
Gambar 2. 6 <i>Flow Object</i>	18
Gambar 2. 7 <i>Activity</i>	18
Gambar 2. 8 <i>Connecting Object</i>	18
Gambar 2. 9 <i>Swimlanes</i>	19
Gambar 2. 10 <i>Artifacts</i>	19
Gambar 3. 1 Alur Penelitian.....	21
Gambar 4. 1 Logo UMKM 333 <i>Jersey</i>	24
Gambar 4. 2 <i>Empathy map</i>	26
Gambar 4. 3 Rancangan 1 Struktur organisasi.....	29
Gambar 4. 4 Rancangan 1 <i>Make to order</i>	30
Gambar 4. 5 Rancangan 1 <i>Make to stock</i>	31
Gambar 4. 6 Rancangan 2 Struktur organisasi.....	31
Gambar 4. 7 Rancangan 2 <i>Make to order</i>	32
Gambar 4. 8 Rancangan 2 <i>Make to stock</i>	33
Gambar 4. 9 Rancangan 3 Struktur organisasi.....	33
Gambar 4. 10 Rancangan 3 <i>Make to order</i>	34
Gambar 4. 11 Rancangan 3 <i>Make to Stock</i>	35
Gambar 4. 12 Struktur organisasi usulan	36
Gambar 4. 13 <i>Prototype</i> proses bisnis <i>make to order</i> pra produksi	39
Gambar 4. 14 <i>Prototype</i> proses bisnis <i>make to order</i> produksi	40
Gambar 4. 15 <i>Prototype</i> proses bisnis <i>make to order</i> paska produksi	41
Gambar 4. 16 <i>Prototype</i> proses bisnis <i>make to stock</i>	42
Gambar 4. 17 <i>Prototype</i> proses bisnis <i>reseller</i>	42
Gambar 5. 1 Proses <i>Make to Order</i> pra produksi menggunakan Bizagi Modeler	49
Gambar 5. 2 Hasil simulasi proses pra produksi	50
Gambar 5. 3 Proses produksi <i>Make to Order</i> menggunakan Bizagi Modeler	51
Gambar 5. 4 Proses paska produksi <i>Make to Order</i> menggunakan Bizagi Modeler	53
Gambar 5. 5 Hasil simulasi paska produksi	54
Gambar 5. 6 Proses <i>make to stock</i>	55
Gambar 5. 7 Proses <i>Reseller</i>	57

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan pasar yang semakin global membuat tekanan persaingan usaha dari beberapa sektor di Indonesia semakin ketat. Selain perusahaan raksasa, Usaha Mikro kecil dan Menengah (UMKM) juga ikut bersaing salah satunya pada bidang industri konveksi, dengan begitu tingkat persaingan antar UMKM pun semakin ketat. Setiap UMKM harus memiliki kinerja serta kualitas yang unggul untuk dapat berkembang dan bertahan di pasar industri. Berdasarkan laman (DIY, 2023) jumlah UMKM konveksi yang sudah terdaftar sebanyak 4757 UMKM di provinsi Yogyakarta. UMKM yang ada tidak hanya bersaing dengan sesama UMKM saja namun juga bersaing dengan perusahaan besar.

Usaha konveksi merupakan suatu bidang usaha yang memproduksi pakaian secara massal atau dalam partai besar sesuai permintaan (Yunus, 2021). Produk yang dihasilkan ialah jaket, kemeja, seragam, kaos, *poloshirt*, dan lain sebagainya. Perkembangan industri konveksi ini meliputi berbagai macam jenis dari skala kecil hingga besar, hal ini diakibatkan oleh beberapa faktor, salah satunya dalam hal produk yang dihasilkan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia yaitu sandang yang akan membuat bisnis ini akan selalu memiliki pasar.

Pada saat ini, Industri Tekstil dan Produk Tekstil (konveksi) yang berjalan di Indonesia dibagi menjadi tiga sektor secara teknis dan strukturnya (Kurniawaty, 2016). Pertama, *Upstream* (Sektor Industri Hulu), pada sektor ini produk yang dihasilkan adalah serat atau fiber yang mengalami proses pemintalan hingga menjadi benang. Sifat daripada sektor ini adalah, skalanya besar, tenaga kerja yang berjumlah kecil, luaran pada ketenagakerjaan besar, *full automatic*, dan padar modal. Kedua, *Midstream* (Sektor Industri Menengah), pada sektor ini terjadi Pengolahan benang menjadi kain lembaran melalui proses penganyaman yang kemudian dirajut dan ditenun lagi hingga mengalami proses pencelupan, penyempurnaan, yang kemudian pencapan untuk menjadi kain jadi atau siap sebagai material dasar pada pakaian. Sifat pada sektor ini yaitu, teknologi madya, modern yang mengalami perkembangan secara terus menerus, tenaga kerja dengan jumlah yang lebih besar dari sektor *Upstream*, dan semi padat modal. Ketiga, *Downstream* (Sektor Industri Hilir), proses produksi pakaian jadi melalui

tahapan pemotongan, jahit, *washing*, dan *finishing* untuk menciptakan pakaian yang siap dipasarkan. Sifat yang ada pada sektor ini yaitu, padat karya, dan proses yang panjang sehingga memakan banyak tenaga kerja. 333 *Jersey* berada pada sektor industri hilir (*Downstream*) dan masih mengembangkan usahanya hingga saat ini. Karena perusahaan masih dalam tahap berkembang diperlukan inovasi yang sesuai dengan kebutuhan bisnis agar dapat bersaing dengan para pesaingnya untuk bisnis yang berkelanjutan. UMKM ini mulai beroperasi pada tahun 2015. Salah satu faktor yang menyebabkan usaha ini kurang berkembang karena belum adanya struktur organisasi yang jelas, dimana hal ini mengakibatkan proses bisnis tidak berjalan seperti apa yang diinginkan hal ini menyebabkan banyak terjadinya tugas ganda yang mengakibatkan operator dan pemilik tidak dapat fokus kepada pekerjaan yang sedang di jalankan yang dapat menyebabkan pekerjaan tertunda dan banyaknya terjadi kesalahan, selain itu juga jam kerja yang tidak menentu membuat operator bingung terkait jam kerja aktif. Sedangkan suatu struktur organisasi pada perusahaan sangat dibutuhkan guna merinci jalannya aktivitas dan kegiatan tertentu untuk mencapai tujuan sebuah organisasi. Struktur organisasi pada hakikatnya adalah suatu cara untuk menata unsur-unsur dalam organisasi dengan sebaik-baiknya, demi mencapai berbagai tujuan yang telah ditetapkan (Kusdi, Teori Organisasi dan Administrasi., 2009).

Untuk mendapatkan struktur organisasi yang sesuai, yaitu dengan memahami kebutuhan perusahaan. Maka dibutuhkan sebuah metode untuk memberikan pendekatan berbasis solusi untuk menyelesaikan masalah atau menyesuaikan dengan kebutuhan perusahaan. Metode yang sesuai ialah *Design Thinking* sebagai alat inovasi bisnis yang inovatif, *Design Thinking* merupakan suatu pendekatan kreatif berbasis manusia (*Human Centered*) (Brown, *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and inspires Innovation.* , 2009) Selain itu *Design Thinking* juga telah digunakan secara luas sebagai tools untuk melakukan inovasi dan *business improvement* pada berbagai perusahaan kelas dunia maupun *start up* (Shute, 2014). Dengan adanya struktur organisasi yang jelas dan terstruktur dapat memperjelas proses bisnis menjadi rinci dan jelas alurnya.

Agar terciptanya proses bisnis yang jelas dan terstruktur dengan baik maka dibutuhkan *Business Process Modeling Notation* (BPMN) untuk menggambarkan suatu bisnis proses diagram yang mana didasarkan kepada teknik diagram alur, dirangkai untuk membuat model-model grafis dari operasi-operasi bisnis dimana terdapat aktivitas-aktivitas dan kontrol-kontrol alur yang mendefinisikan urutan kerja (Ramdhani, 2015). Diagram BPMN terdiri atas elemen

yang terbagi ke dalam empat kategori, yaitu *Flow Object*, *Connecting Object*, *Swimlanes*, dan *Artifact*.

1.2 Rumusan Masalah

Berikut rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Struktur organisasi adalah suatu hal yang sangat penting dimiliki oleh suatu perusahaan guna merincikan jalannya suatu aktivitas dalam sebuah proses, hal ini juga bisa menunjang visi misi perusahaan. Namun, Pada UMKM ini belum terdapat struktur organisasi yang jelas dikarenakan pemilik yang belum bisa melepas kepercayaan kepada pekerjanya.
2. Dampak yang ditimbulkan dari tidak adanya struktur organisasi adalah proses bisnis yang tidak berjalan dengan baik, dikarenakan setiap individu tidak tahu batasan dalam bekerja.

Pertanyaan penelitian

1. Bagaimana cara merancang struktur organisasi yang cocok untuk UMKM 333 Jersey?
2. Bagaimana merancang proses bisnis pada UMKM 333 Jersey?

1.3 Tujuan penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Merancang struktur organisasi yang akan diterapkan pada 333 Jersey berdasarkan pendekatan *Design Thinking* dan *Business Process Modeling Notation*.
2. Menghasilkan proses bisnis yang sebaiknya diterapkan UMKM 333 Jersey berdasarkan pendekatan *Design Thinking* dan *Business Process Modeling Notation*.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi *Owner* UMKM 333 Jersey dalam mengevaluasi struktur organisasi yang telah diterapkan selama ini dan proses bisnis berdasarkan pendekatan *Design Thinking* dan *Business Process Modeling Notation*.

2. Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat membantu peneliti lebih memahami penerapan *Design Thinking* dan *Business Process Modeling Notation* didalam sebuah organisasi.

3. Peneliti lain

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan refrensi bagi peneliti lain yang berminat meneliti permasalahan yang serupa.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan-batasan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian hanya dilakukan pada UMKM 333 *Jersey*
2. Penelitian berfokus pada proses bisnis UMKM 333 *Jersey* dengan menggunakan metode *Design Thinking* dan *Business Process Modeling Notation* (BPMN).

1.6 Sistematika Penulisan

Berikut merupakan sistematika Laporan Penulisan Tugas Akhir, yang dibagi menjadi beberapa bab yang berisi mengenai informasi yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Memberikan penjelasan terkait latar belakang perancangan struktur organisasi serta proses bisnis pada UMKM 333 *Jersey*, rumusan masalah, batasan permasalahan, tujuan penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II KAJIAN LITERATUR

Menguraikan tentang konsep dan penjelasan metode yang digunakan. Selain itu terdapat hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh peneliti lain yang terkait dengan penelitian yang dilakukan.

BAB III METODE PENELITIAN

Menjelaskan terkait alur penelitian, teknik yang digunakan serta data yang akan dikaji.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Menguraikan tentang data yang diperoleh dari hasil penelitian yang kemudian diolah sesuai dengan metode yang diterapkan untuk mencapai tujuan dari penelitian yang dilakukan.

BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Memaparkan hasil dari analisis pengolahan data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya berdasarkan pada teori dan alur penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya.

BAB VI PENUTUP

Merupakan bagian akhir dari penelitian yang dilakukan. Bab ini berisi tentang kesimpulan yang merupakan jawaban dari rumusan masalah yang sudah dijelaskan diawal penelitian serta saran yang diajukan untuk pengembangan penelitian selanjutnya yang dapat dilakukan dengan memperbaiki atau menutupi keterbatasan pada penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Literatur

Penelitian yang dilakukan oleh Madanih, dkk. pada tahun 2019 tentang penerapan *Design Thinking* pada usaha pengembangan budi daya ikan lele ditemukan sebuah masalah bahwa sistem perairan yang dibuat tidak cukup baik ketika hujan deras datang. Hal ini mengakibatkan ikan lele yang berpindah dari kolam satu ke kolam yang lain ketika hujan deras sehingga ikan lele yang memiliki masa panen berbeda tercampur menjadi satu. Pada penelitian ini, hasil perbaikan dengan penerapan *Design Thinking* menghasilkan prototype sistem perairan yang lebih baik dan dapat menanggulangi permasalahan perpindahan ikan lele ketika hujan deras.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Fauzi & Sukoco pada tahun 2019 tentang inovasi lembaga bimbingan belajar dengan pendekatan *Design Thinking* ditemukan permasalahan terhadap persaingan pasar dan produk layanan yang kurang tepat. Hal ini mengakibatkan lembaga bimbel kurang diminati dan kalah saing dengan kompetitor. Pada penelitian ini menghasilkan produk layanan yang heterogen dari sisi ekonomi dan sosial, sehingga dapat memiliki keunggulan kompetitif dan dapat diterima oleh pasar.

Penelitian yang dilakukan Setyawan, dkk. pada tahun 2022 terkait pengembangan model bisnis pada UMKM VIA *laundry and shop* dengan pendekatan *Design Thinking* ditemukan sebuah permasalahan dimana usaha ini kurang dapat beradaptasi dengan keadaan *social distancing* sehingga umkm ini tertinggal dengan para kompetitor dan menyebabkan penurunan order, penelitian ini menghasilkan model bisnis baru dengan meningkatkan kualitas *laundry*, paket cuci, pembuatan *website* dan sosial media, serta memberikan garansi cuci sehingga membantu umkm agar dapat bersaing dengan kompetitor, hal ini pun dilakukan validasi dengan menyebarkan kuesioner kepada 20 pelanggan dan dinyatakan valid.

Rabbani, dkk. melakukan penelitian terkait inovasi dalam usaha baju di toko SETAL pada tahun 2021. Penelitian ini menggunakan metode *Design Thinking*, ditemukan permasalahan dimana toko ini belum sepenuhnya paham terkait pasar online seperti Tokopedia, bukalapak, dan Shopee sehingga menyebabkan usaha tidak dapat berkembang dengan baik mengikuti

zaman. Penelitian ini menghasilkan *prototype* sebuah *website* untuk media jual beli secara *online* untuk usaha ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Abdulhafizh & Djatiprambudi pada tahun 2020, terkait merancang *Company Profile* jurusan desain Universitas Negeri Surabaya. Ditemukan permasalahan dimana mahasiswa, dosen, dan calon mahasiswa kesulitan mendapatkan informasi yang lengkap mengenai jurusan tersebut, dimana pihak jurusan juga menginginkan sebuah media agar dapat mengenalkan jurusan mereka. Dari penelitian ini menghasilkan *company profile* yang sudah melalui tahanan *Design Thinking* dan *brainstorming* untuk menemukan konsep yang cocok setelah konsep terbentuk di validasi oleh ahli materi.

Penelitian yang dilakukan oleh Rifai, dkk. pada tahun 2021 tentang pemodelan proses bisnis untuk implementasi ERP di CV Indococo Pasific dengan menggunakan *Business Process Modeling Notation* (BPMN). Ditemukan permasalahan dimana perusahaan ini belum bisa masuk ke pangsa pasar yang lebih luas khususnya ekspor, hal ini di karenakan belum adanya sistem *tracking* dari bahan baku di pengerajin, dan pengepul sampai menjadi produk jadi. Dari penelitian ini, peneliti memberikan saran berupa proses bisnis usulan dan beberapa saran tambahan berupa pembuatan modul pelaksanaan agar kualitas produk yang dibuat terjaga.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Saputro pada tahun 2021 tentang proses bisnis persiapan material produksi pada salah satu pabrik generator menggunakan *Business Process Modeling Notation* (BPMN). Pada penelitian ini ditemukan sebuah masalah dimana proses bisnis yang ada belum jelas dan susah untuk dipahami terkait pengadaan pengadaan material pada proses produksi, peneliti menggunakan perangkat lunak Bizagi Modeler untuk menggambarkan diagram BPMN, namun karena keterbatasan tools pada pengguna gratis peneliti tidak dapat menghitung simulasi validasi proses, waktu dan harga. Meski begitu penelitian ini membantu memperjelas proses bisnis yang menjadi kendala pada perusahaan ini.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Picanco, dkk. pada tahun 2022 terkait perbaikan proses bisnis dengan pendekatan *Design Thinking* yang bertujuan untuk meningkatkan proses bisnis dengan mendefinisikan urutan kegiatan dan mempertimbangkan pengalaman pengguna melalui sebuah permainan "*Creative Thinking Planing*", dimana metode ini berhasil mengumpulkan pendapat dari pengguna terkait perbaikan proses bisnis, namun hasil ini perlu di evaluasi dengan keterlibatan *stakeholder* untuk membangun proses bisnis yang baik.

Penelitian yang dilakukan oleh Tucker, dkk. pada tahun 2021 dengan mengeksplorasi *Design Thinking* dengan *Lead Startup* bagi organisasi untuk mengembangkan dan menguji ide

ide baru agar menghasilkan proses dengan menyesuaikan dengan pengguna guna mempercepat pengembangan peluang pasar, namun dari hasil akhirnya peneliti masih memiliki pertimbangan apakah *Design Thinking* harus diterapkan seperti *Six Sigma* atau ada tim khusus untuk mengimplementasikan hasil penelitian ini.

Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh Fatah & Gunawan, (2022) terkait perbaikan proses bisnis pada PT PLN (Persero) UIP3BS UPT Palembang menggunakan *Business Process Modeling Notation* (BPMN). Ditemukan permasalahan kerusakan server Human Machine Interface(HMI) pada bagian hardisk dan fan CPU, penelitian ini menghasilkan proses bisnis pada perbaikan server ini dapat berjalan sesuai dengan prosedur sehingga proses bisnis dapat terstruktur dan efisien.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Firdaus, (2022) tentang pemodelan proses bisnis konveksi di Tasikmalaya menggunakan metode *Business Process Modeling Notation* (BPMN). Pada penelitian ini penulis merancang model proses bisnis untuk konveksi yang dimana sebelumnya proses yang dilakukan tanpa ada acuan, dari penelitian ini menghasilkan sebuah proses bisnis yang mudah dipahami oleh pelaku bisnis dan dapat menjadi acuan dalam menentukan kebutuhan sistem untuk pengembangan sistem informasi manajemen.

Pada penelitian ini dilakukan tertuju pada objek yang berbeda, yaitu pada UMKM 333 *Jersey* dengan tujuan membuat struktur organisasi dan bisnis proses untuk dapat memperjelas terkait kepengurusan dan *jobdesk* masing masing divisi dan membuat alur proses bisnis yang efektif dan efisien. Berdasarkan kajian yang saya temukan belum ada yang menggunakan *Design Thinking* untuk membuat sebuah struktur organisasi. Namun karena *Design Thinking* bersifat kolaboratif dan berpusat pada manusia, saya meyakini metode tersebut dapat menyelesaikan permasalahan ini dengan dilengkapi oleh BPMN sebagai *prototype*.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Vasilieva dan Tochilkina pada tahun 2019 terkait pengembangan atau penyesuaian proses terhadap klien, pengguna, serta karyawan menggunakan metode *Design Thinking*, menurut penelitian ini perlu adanya adaptasi cepat terhadap perkembangan teknologi dan kondisi bisnis yang ada.

Penelitian yang dilakukan pada tahun 2023 oleh Heryani dkk, terkait perancangan bisnis model untuk pengembangan *Start-up* produk *Downstream Wetland* berdasarkan *Design Thinking*, dimana peneliti mengembangkan proses bisnis yang sudah ada dengan 5 konsep

Design Thinking serta menyesuaikan platform dengan melibatkan pengguna. Dimana penelitian ini menghasilkan model bisnis yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

Penelitian yang dilakukan oleh Fischer dkk, pada tahun 2020 dengan judul “*Strategy archetypes for digital transformation: Defining meta objectives using business process management*” menghasilkan bahwasanya digitalisasi suatu organisasi sangatlah penting karena tidak hanya terfokus pada keuntungan semata namun juga pengembangan keterampilan personal juga dibersamai dengan identifikasi kegagalan.

Roth melakukan penelitian pada tahun 2020 terkait memenuhi harapan terhadap keberhasilan suatu proyek, dimana pada penelitian ini menunjukkan tingkat pengaplikasian *Design Thinking* membuahkan hasil positif dengan ketersediaan dan kompatibilitas perusahaan untuk berfokus pada pelatihan dan pendidikan serta riset pasar dan komitmen dalam menjalankan proses *Design Thinking*.

Tabel 2. 1 Kajian Literasi

<i>No</i>	<i>Authors</i>	<i>Design Thinking</i>	<i>Business Process Modeling Notation (BPMN)</i>
1	(Madanih, Susandi, & Zhafira, 2019)	√	
2	(Fauzi & Sukoco, 2019)	√	
3	(Setyawan, Daihani, & Kisowo, 2022)	√	
4	(Rabbani, Muftiadi, & Sukoco, 2021)	√	
5	(Abdulhafizh & Djatiprambudi, 2020)	√	
6	(Rifai, Bratakusuma, Afiana, Oktaviana, & Yunita, 2021)		√
7	(Saputro, 2021)		√
8	(Picano & Dos Santos, 2022)	√	√
9	(Tucker, David, Tahira, & Annamaria, 2021)	√	
10	(Fatah & Gunawan, 2022)		√
11	(Firdaus, 2022)		√
12	(Vasilieva & Tochilkina, 2019)	√	
13	(Heryani, Yanti, Irawansyah, Wiranda, & Baskara, 2024)	√	

<i>No</i>	<i>Authors</i>	<i>Design Thinking</i>	<i>Business Process Modeling Notation (BPMN)</i>
14	(Fischer, Imgrund, Janiesch, & Winkelmann, 2020)		√
15	(Roth, Globocnik, Rau, & Neyer, 2020)	√	
16	<i>Proposed</i>	√	√

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah kerangka kerja formal suatu organisasi dimana *jobdesk* dibagi, dikelompokkan, serta dikoordinasikan (Robbins, 2003). Terdapat 4 komponen dasar yang merupakan kerangka dalam memberikan definisi dalam struktur organisasi (Child, 1972):

1. Struktur organisasi memberikan gambaran pembagian tugas serta tanggung jawab kepada setiap individu atau bagian pada sebuah organisasi
2. Struktur organisasi memberi gambaran mengenai hubungan pelaporan yang ditetapkan secara resmi dalam suatu organisasi. Tercakup dalam hubungan pelaporan yang resmi ini banyaknya tingkatan hierarki serta besarnya rentang kendali dari semua pimpinan disemua tingkatan dalam organisasi.
3. Struktur organisasi menetapkan pengelompokan individu, menjadi bagian organisasi, dan pengelompokan bagian organisasi menjadi kesatuan yang utuh
4. Struktur organisasi menetapkan sistem hubungan dalam organisasi yang memungkinkan tercapainya komunikasi, koordinasi, dan pengintegrasian segenap kegiatan organisasi, baik ke arah *vertikal* maupun *horizontal*.

Dalam struktur dan aliran kegiatan dalam organisasi akan dipengaruhi oleh saling ketergantungan (Thompson, 1965). Saling ketergantungan ini dapat diartikan sebagai derajat ketergantungan seorang karyawan atau bagian organisasi terhadap karyawan atau bagian lainya dalam menyelesaikan tugasnya. Ketergantungan ini terbagi menjadi 4 (Van de Ven, 1976) :

1. *Pooled Interdependence*

Bentuk ini merupakan yang paling sederhana, pekerjaan tidaklah mengalir dari suatu bagian yang lain, tetapi setiap bagian merupakan anggota organisasi dan walaupun bekerja secara independen, sama-sama mempunyai kontribusi terhadap tugas bersama.

2. *Sequential Interdependence*

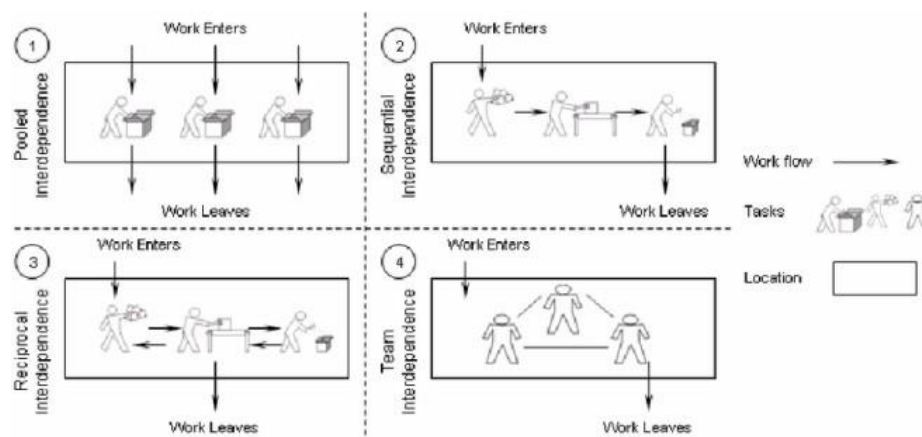
Saling ketergantungan yang berurutan secara seri, dimana *output* dari suatu bagian akan menjadi *input* untuk bagian berikutnya.

3. *Reciprocal Interdependence*

Saling ketergantungan dengan derajat yang tinggi. Karena *output* dari suatu bagian bisa menjadi *input* untuk bagian berikutnya. *Output* dari bagian terakhir ini dapat kembali menjadi input untuk bagian yang pertama.

4. *Team Interdependence*

Jenis ketergantungan ini mirip dengan jenis saling ketergantungan *Reciprocal*, namun perbedaannya terdapat pada *Team Interdependence* ini beban kerja dilakukan secara bersama dalam sebuah tim atau kelompok untuk menghasilkan *output* secara bersama.

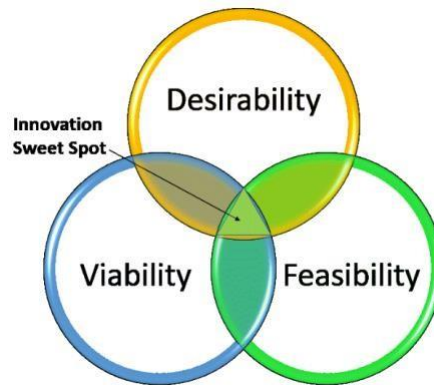


Gambar 2. 1 Ketergantungan antar struktur organisasi

Sumber: (Van de Ven, 1976)

2.2.2 *Design Thinking*

Design Thinking adalah proses menemukan solusi kolaborati untuk memecahkan masalah secara kreatif, bersifat praktis, tidak teoritis dan berpusat pada manusia (Brown, *Design Thinking*, 2008). Berdasarkan Gambar 2 *Design Thinking* memiliki 3 kriteria *idea* yaitu keinginan, kelangsungan hidup, dan kelayakan maka ide tersebut dapat dikatakan ideal. Namun apabila di dalam ide tersebut melewati satu diantaranya maka ide tersebut akan sangat berisiko dan memakan biaya terlalu banyak.



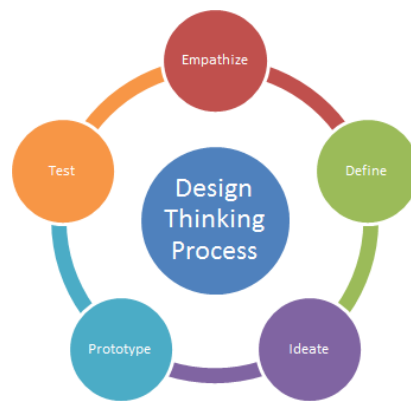
Gambar 2. 2 Kriteria *Design Thinking*

Sumber : (Orton, 2017)

Terdapat dua kondisi dimana *Design Thinking* ini dapat diimplementasikan sebagai berikut (Brunetto, 2018):

1. Ketika menghadapi masalah yang kompleks
Masalah kompleks didefinisikan sebagai masalah yang belum terpecahkan, dimana diperlukan pemahaman yang jelas terkait perilaku manusia (*human behavior*), emosi, dan kebiasaan yang dilakukan.
2. Ketika menghadapi masalah yang berpusat pada manusia (*human centered challenge*)
Kondisi disini kurang lebih sama dengan kondisi sebelumnya namun kondisi ini lebih memahami aspek manusia yang lebih detail.

Design Thinking sendiri memiliki beberapa tahapan atau kerangka berpikir, menurut (Ambrose, Gavin, & Harris, 2010) *Design Thinking* memiliki 7 tahapan yang terdiri dari *exploration, identification, ideation, visualization, prototyping, evaluation, dan persuasion* sedangkan menurut (Ingle, 2013) terdapat 4 kerangka berpikir yaitu *understanding, define, ideate, prototype* dan *test*. Pada prinsipnya seluruh versi tahapan yang ada ialah sama penerapannya (Utomo, 2015). Namun secara umum yang diajarkan pada sekolah bisnis dan akademis adalah model *Design Thinking* yang dirumuskan oleh (Plattner, 2010) yang terdiri dari 5 tahapan yaitu *Empathize, Define, Ideate, Prototype* dan *Test*.



Gambar 2. 3 Lima tahapan *Design Thinking*

Pada Gambar 2.3 dapat dilihat 5 tahapan utama dalam *design thinking*, tahapan tersebut menggambarkan bahwa proses ini non-linear yang artinya peneliti dapat Kembali ketahapan sebelumnya untuk memastikan dalam mengambil langkah di tahap selanjutnya.

1. Tahapan *empathize* merupakan dasar dari pemecahan masalah, karena pada tahap ini peneliti harus mampu memahami secara empatik apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan pengguna yang diteliti, inilah inti dari proses perancangan yang berpusat pada manusia (Plattner, 2010). Untuk mencapai empati dengan melihat langsung kondisi yang ada (*Observe*), berinteraksi atau bertanya mengenai apa saja yang dibutuhkan (*Engage*), dan mencoba untuk langsung mengalami atau merasakan apa yang orang lain rasakan (*immerse*) (Saputra, 2016).
2. Tahapan *define* adalah tahapan dimana peneliti mengidentifikasi dan menganalisis informasi yang dikumpulkan dari tahapan sebelumnya untuk kemudian ditetapkan masalah utamanya (Plattner, 2010).
3. Tahapan *Ideate* adalah tahapan dimana peneliti dan tim mengusulkan berbagai ide yang rasional untuk dapat menyelesaikan masalah yang telah ditetapkan pada tahapan sebelumnya (Plattner, 2010). Ide yang nantinya dipilih harus memiliki ketiga kriteria *Design Thinking* yaitu desirability, feasibility dan viability.
4. Tahapan *Prototype* ialah tahapan dimana mengubah ide yang telah dipilih menjadi bentuk fisik yang merupakan dapat dijalankan dan mampu berinteraksi dengan ide tersebut (Lazuard, 2019).
5. Tahapan *Test* merupakan tahapan menguji prototype kepada user untuk mengetahui seberapa besar manfaat atau kegunaannya untuk menyelesaikan permasalahan yang

ada (Plattner, 2010), Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk melakukan test yaitu wawancara, pemberian kuesioner dan melakukan percobaan langsung terhadap produk dan meminta *feedback* (Sari, 2020).

2.2.3 *Six Sigma*

Six Sigma adalah falsafah manajemen yang berfokus untuk menghapus cacat dengan cara menekankan pemahaman, pengukuran dan perbaikan proses bisnis (Brue, 2002). Metode ini biasa digunakan dalam hal pengendalian dan peningkatan produk dimana sistem ini sangat komprehensif dan fleksibel untuk mencapai, mempertahankan, dan memaksimalkan kesuksesan suatu usaha, dimana metode ini dipengaruhi oleh kebutuhan pelanggan dan penggunaan fakta serta data dan memperhatikan secara cermat sistem pengelolaan, perbaikan, dan penanaman kembali suatu proses (Pande, Robert, & Ronald, 2002). Didalam metode ini terdapat 5 tahapan yaitu (Gaspersz, 2007):

1. Tahap *Define* dimana penentuan proses apa yang akan dievaluasi akan ditentukan pada tahap ini. Pertimbangan proses yang akan dievaluasi adalah tahapan proses yang secara signifikan dalam mempengaruhi penciptaan laba bagi perusahaan. Namun pada proses tersebut banyak ditemukan kegagalan dan kecacatan produk yang akan mempengaruhi pada proses selanjutnya.
2. Tahapan *Measure*, hal yang dilakukan dalam tahap ini terbagi menjadi 3 tahap:
 - a. Menentukan karakteristik kualitas *Critical to Quality* (CTQ) yang terkait langsung dengan kebutuhan spesifik dari pelanggan.
 - b. Rencana pengumpulan data pada tingkat proses, data yang digunakan untuk pengukuran *baseline performance* dan *capability process* pada tingkat proses dan *output*.
 - c. Menghitung kapabilitas proses yaitu dengan melakukan pengukuran pada data yang dijadikan sampel sesuai dengan jenis data untuk kemudian dikonversikan dengan nilai sigmanya.
3. Tahapan *Analyze*, pada tahap ini ada beberapa hal yang harus diperhatikan:
 - a. Mendeteksi variabel utama yang mempengaruhi kecacatan agar dapat membantu mempermudah upaya penurunan tingkat kecacatan.
 - b. Konversi biaya kualitas.

- c. Mengkonversikan banyaknya kegagalan ke dalam biaya kegagalan kualitas (*cost of poor quality*).
4. Tahapan *Improve*, dimana pada tahap ini dilakukan identifikasi dan deskripsi tindakan atau kegiatan perbaikan yang merupakan rekomendasi bagi pemecahan masalah pada tahap proses sehingga diperoleh cara-cara baru untuk meningkatkan kualitas (berdasarkan target perusahaan) agar lebih baik dan efisien.
5. Tahapan *Control*, pada tahap ini dilakukan pemantauan seluruh perbaikan tindakan atau kegiatan agar tetap stabil dan sesuai dengan batas spesifikasi yang diinginkan oleh pelanggan.

2.2.4 Kaizen

Kaizen dalam bahasa Jepang berarti perbaikan yang berkesinambungan (*Continuous Improvement*) (Paramitha, 2012). Ciri kunci dari metode ini adalah memperhatikan proses bukan hasil, manajemen fungsional silang dan menggunakan lingkungan kualitas dan peralatan lain untuk mendukung peningkatan yang terus menerus (Fatkhurrohman & Subawa, 2016). *Kaizen* merupakan konsep payung yang mencakup sebagian besar praktis khas Jepang yang belakangan ini terkenal di seluruh dunia (Hoten, Kusuma, & Nurbati, 2019)



Gambar 2. 4 Konsep Payung *Kaizen*

Sumber: (Heizer & Barry, 2005)

Tujuan *kaizen* sendiri antara lain yaitu meningkatkan QCD (*Quality, Cost, Delivery*) yang dimana sasaran utamanya meningkatkan kepuasan pelanggan dan kesetiaan pelanggan (Ferdiansyah, 2011). Terdapat 6 langkah dalam membuat *kaizen*. Berikut adalah langkah pembuatan *kaizen*:

Gambar 2. 5 Langkah *Kaizen*

Sumber: (Smalley & Kato, 2011)

Terdapat beberapa konsep yang dapat digunakan dalam melakukan perbaikan, konsep tersebut yaitu: konsep 3M (Muda, Mura, Muri), Konsep gerakan 5S (*Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu dan Shitsuke*), Konsep PDCA (*Plan, Do, Check, dan Action*), Konsep 5W+1H (Paramitha, 2012).

Ketiga metode diatas memiliki tujuan yang sama yaitu memperbaiki suatu permasalahan, namun memiliki perbedaan dalam tahap penyelesaiannya. Berikut beberapa perbedaan dari ketiga metode diatas:

Tabel 2. 2 Perbandingan Metode

Metode	<i>Design Thinking</i>	<i>Six Sigma</i>	<i>Kaizen</i>
Tool	<i>Empathize, Define, Ideate, Prototype, Test</i>	<i>Define, Measure, Analyze, Improve, Control</i>	<i>Plan, Do, Check, Act</i>
Menyelesaikan Masalah	Dengan pengguna	Untuk pengguna	Untuk pengguna
Fokus	Subjek	Objek	Objek
Skala perbaikan	Besar	Besar	Kecil
Peningkatan	Periodik	Periodik	Keberlanjutan

Dari ketiga metode diatas *Design Thinking* memiliki tahap *Empathize* yang dimana peneliti harus mampu memahami secara empatik apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan pengguna, selain itu dalam penyelesaian masalahnya juga dilakukan bersama dengan pengguna, dan dalam penyelesaian masalahnya berfokus pada subjek. Karena itu peneliti menggunakan *Design Thinking* karena metode ini bersifat kolaboratif, sehingga user ikut turut serta dalam menyelesaikan masalah yang terjadi.

2.2.3 Proses Bisnis

Proses bisnis diartikan sebagai kumpulan relasi pekerjaan yang bersama-sama menghasilkan nilai untuk pelanggan (Gunasekaran & Kobu, 2002). Proses bisnis memiliki definisi sebagai suatu kumpulan pekerjaan yang saling terkait untuk menyelesaikan suatu masalah tertentu, dapat dipecah menjadi beberapa subproses yang masing-masing memiliki atribut sendiri tapi juga berkontribusi untuk mencapai tujuan dari super prosesnya. Terdapat beberapa cara mengklasifikasikan proses bisnis, salah satunya menggunakan TOPP Program yang mengelompokkan proses bisnis menjadi 3 (Putri, 2017):

1. Proses Utama (*Primary processes*)

Proses yang menghasilkan nilai dalam perusahaan mulai dari penerimaan material dari supplier sampai aktivitas pada pihak pelanggan.

2. Proses Pendukung (*Support processes*)

Proses yang tidak langsung menghasilkan nilai tetapi diperlukan untuk mendukung proses utama.

3. Proses Pengembangan (*Development processes*)

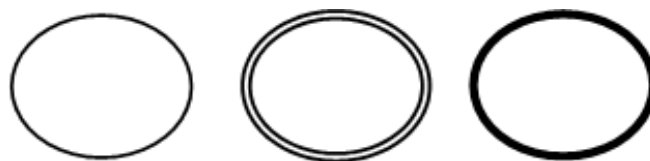
Proses untuk meningkatkan kinerja rantai nilai dengan proses utama dan pendukung.

2.2.4 Business Process Modeling Notation

Business Process Modeling Notation (BPMN) menggambarkan suatu bisnis proses diagram yang mana didasarkan kepada teknik diagram alur, dirangkai untuk membuat model-model grafis dari operasi-operasi bisnis dimana terdapat aktivitas dan kontrol alur yang mendefinisikan urutan kerja (Ramdhani, 2015). BPMN sendiri dikembangkan oleh konsorsium industry sebuah konstituen yang mewakili berbagai vendor alat BPM tetapi bukan sebagai pembuka akhir mengemukakan bahwa BPMN muncul sebagai bahasa standar untuk menangkap proses bisnis, khususnya di tingkat domain analisis dan desain sistem tingkat tinggi (BPMN, 2008). BPMN terdiri dari elemen-elemen yang terbagi menjadi empat kategori yaitu (BPMN, 2008):

1. *Flow Object*

- a. *Event* direpresentasikan dalam bentuk lingkaran dan menjelaskan apa yang terjadi saat itu. Terdapat tiga jenis event yaitu *start*, *intermediate*, dan *end*. Event ini mempengaruhi alur proses dan dapat menyebabkan terjadinya kejadian atau sebuah dampak.



Gambar 2. 6 *Flow Object*

Sumber: (BPMN, 2008)

- b. *Activity* merepresentasikan pekerjaan (*task*) yang harus diselesaikan. Terdapat empat macam *activity*, yaitu *task*, *looping task*, *sub process*, dan *looping subprocess*.



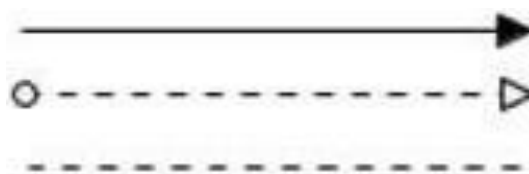
Gambar 2. 7 *Activity*

Sumber: (BPMN, 2008)

2. *Connecting Object*

Connecting object merupakan aliran pesan antar proses dimana satu kejadian dengan kejadian yang lain saling berhubungan dan merepresentasikan dari hubungan tersebut. Adapun penulisannya terbagi menjadi 3 jenis yaitu:

- Sequence flow*, merepresentasikan pilihan *default* untuk menjalankan proses
- Message flow*, merepresentasikan aliran pesan antar proses
- Association*, digunakan untuk menghubungkan elemen dengan *artifact*

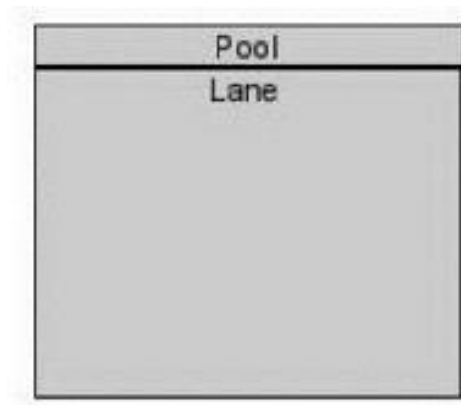


Gambar 2. 8 *Connecting Object*

Sumber: (BPMN, 2008)

3. *Swimlanes*

Elemen ini digunakan untuk mengkategorikan secara visual seluruh elemen dalam diagram. Terdapat dua jenis yaitu *pool* dan *lane* yang memiliki perbedaan *lane* terletak pada bagian dalam *pool* untuk membuat kategori dalam elemen-elemen di dalam *pool* menjadi lebih spesifik.



Gambar 2. 9 *Swimlanes*

Sumber: (BPMN, 2008)

4. *Artifacts*

Elemen ini digunakan untuk memberi penjelasan pada diagram, terdapat 3 jenis yaitu:

- a. *Data object*, digunakan untuk menjelaskan data apa yang dibutuhkan dalam proses
- b. *Group*, untuk mengelompokkan sejumlah aktivitas dalam proses tanpa mempengaruhi proses yang sedang berjalan
- c. *Annotation*, digunakan untuk memberi catatan agar diagram menjadi lebih mudah dimengerti



Gambar 2. 10 *Artifacts*

Sumber: (BPMN, 2008)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek dan Subjek Penelitian

Objek yang ada pada penelitian ini adalah UMKM 333 *Jersey*. Fokus dari penelitian ini adalah mengidentifikasi struktur organisasi, dan proses bisnis yang sudah diterapkan 333 *Jersey*. Tujuan akhir dari penelitian ini adalah merancang struktur organisasi dan proses bisnis yang sesuai dengan kebutuhan umkm. Sedangkan subjek dari penelitian ini adalah pemilik dari UMKM 333 *Jersey*.

3.2 Metode Pengumpulan Data

3.2.1 Observasi

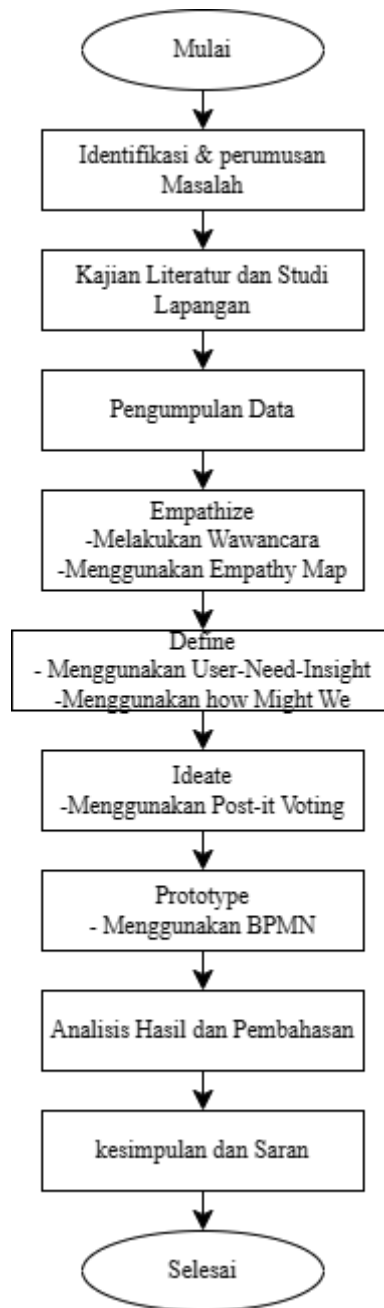
Metode pengumpulan data yang pertama yaitu observasi langsung dimana peneliti mengamati objek penelitian, dalam kasus ini peneliti akan mengamati proses bisnis dan pengalaman yang diberikan di dalamnya. Metode ini diperlukan untuk mengoptimalkan metode pengumpulan data dengan merasakan langsung ke objek penelitian yaitu umkm 333 *Jersey*.

3.2.2 Studi Pustaka

Guna menunjang proses pengumpulan data, maka diperlukan studi pustaka untuk memperkuat proses pengambilan data. Hal ini bertujuan menghasilkan suatu penelitian yang baik. Studi pustaka yang dilakukan dengan membaca jurnal-jurnal maupun penelitian terdahulu yang dapat memberikan masukan dalam penelitian ini.

3.3 Alur Penelitian

Berikut merupakan diagram alur penelitian:



Gambar 3. 1 Alur Penelitian

Penelitian ini dimulai dengan menentukan objek yang akan dijadikan penelitian. Setelah itu melakukan proses identifikasi masalah yang ada pada penelitian ini, kemudian dilakukan perumusan, tujuan, dan masalah dari penelitian ini. Selanjutnya dilakukan kajian literatur dengan mempelajari jurnal-jurnal mengenai penelitian terkait dan serupa yang pernah dilakukan. Lalu melakukan pengolahan data menggunakan *Design Thinking* untuk

mendapatkan rekomendasi proses bisnis. Langkah terakhir yaitu membuat kesimpulan dari penelitian yang dilakukan serta memberikan usulan kepada penelitian selanjutnya.

3.4 Pengolahan Data

3.4.1 *Empathize*

Langkah awal pada pengolahan data adalah melakukan empati kepada subjek penelitian untuk mendapatkan apa yang mereka rasakan, inginkan atau *Pain* dan *gain* serta *need to do*. Pada tahapan *empathize* ini peneliti melakukan wawancara. Berikut adalah langkah-langkah yang dilakukan didalam tahapan *Empathize*:

1. Tahap pertama, Peneliti menyusun pertanyaan dengan memetakan pertanyaan menurut fungsinya yaitu mengidentifikasi kebutuhan melalui prinsip *table need-to-do* pada *design thinking*, kemudian *pain* atau hal yang yang mengganggu saat menjalankan usahanya dan *gain* atau hal yang diharapkan pemilik pada usahanya.
2. Tahap kedua, peneliti melakukan wawancara kepada pemilik UMKM 333 *Jersey*.
3. Tahap kedua, peneliti merekap dan mengelompokan hasil wawancara berdasarkan indikator pada *empathy map*.

3.4.2 *Define*

Pada tahap ini peneliti akan mendefinisikan masalah apa yang akan diselesaikan. Hasil yang diperoleh pada tahapan ini ialah sebuah pernyataan singkat mengenai hal yang dibutuhkan dan diinginkan berdasarkan hasil pengumpulan data sebelumnya. Adapun tahapan pada *define* adalah sebagai berikut:

1. Tahap pertama, peneliti melakukan penetapan masalah menggunakan formula *User*, *Need* dan *Insight*. *User* merupakan subjek penelitian, sedangkan *Need* adalah kebutuhan yang dibutuhkan dalam struktur organisasi dan proses bisnis, dan *Insight* merupakan preferensi yang diinginkan oleh *user* dalam proses bisnis tersebut.
2. Tahap kedua, peneliti menetapkan *How-Might-We* atas permasalahan yang telah didefinisikan berdasarkan formula *User*, *Need*, dan *Insight*. Untuk formula *How-Might-We* sendiri nantinya dapat berupa *flow* ataupun tidak.

3.4.3 Ideate

Setelah peneliti mendefinisikan masalah yang akan diselesaikan selanjutnya membuat ide solusi dari permasalahan tersebut, ide ini berdasarkan pada proses empati yang dilakukan pada tahap pertama untuk benar benar memberikan ide yang menyelesaikan masalah. Dimana peneliti dituntut untuk membuat ide sebanyak banyaknya yang relevan dengan permasalahanyang ada. Berikut merupakan tahapan yang terdapat pada tahapan *ideate*:

1. Tahap pertama, peneliti akan menghasilkan ide sebanyak mungkin untuk menjawab permasalahan yang telah ditentukan pada tahapan *define*.
2. Tahap kedua, user akan memilih ide yang telah dihasilkn yang dapat menjawab dari permasalahan. Menggunakan metode *Post-it Voting*.

3.4.4 Prototype

Setelah peneliti menetapkan ide yang ideal dan relevan dengan keinginan pelanggan, peneliti memvisualisasikan kedalam bentuk contoh atau prototipe untuk nantinya diuji kepada subjek penelitian. Pada tahapan ini peneliti menggunakan *Business Process Modeling Notation* (BPMN) menggunakan perangkat lunak Bizagi Modeler.

3.5 Analisis dan Pembahasan

Tahapan ini dilakukan setelah melakukan serangkaian proses design thinking, namun pada penelitian ini peneliti tidak memasukkan tahapan terakhir yaitu test sebagai rangkaian akhir *Design Thinking* karena sifat data yang konfidensial dan belum dipublish ke umum. Pada tahap ini peneliti menjelaskan secara detail dari hasil yang didapatkan dan menjawab dari rumusan masalah yang diambil.

3.6 Kesimpulan dan Saran

Dari serangkaian proses pengolahan data diatas, pada tahap ini peneliti akan memberikan kesimpulan dan saran yang menjawab tujuan penelitian yaitu mengetahui struktur organisasi dan proses bisnis pada umkm 333 *Jersey* agar sesuai dengan keinginan pemilik berdasarkan pendekatan *Design Thinking* dan *Business Process Modeling Notation* (BPMN).

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Profil Perusahaan

UMKM 333 *Jersey* merupakan usaha rumahan yang beralamat pada Ngabean Kulon 07/36, Kelurahan Sinduharjo, Kecamatan Ngaglik, Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, yang didirikan pada tahun 2018 dan hingga saat ini masih beroperasi. Bisnis ini bergerak pada bidang konveksi pakaian olahraga. UMKM ini memiliki total karyawan berjumlah 10 orang. Produk yang paling sering di produksi adalah *Jersey* basket. Logo dari UMKM dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 4. 1 Logo UMKM 333 *Jersey*

4.1.1 Visi Perusahaan

Menjadi penyedia kebutuhan olahraga terlengkap dengan mengutamakan kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

4.1.2 Misi Perusahaan

1. Memberikan kebutuhan olahraga dengan kualitas terbaik.
2. Menyediakan berbagai kebutuhan olahraga untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.
3. Memberikan pelayanan terbaik demi kenyamanan pelanggan.

4.2 Empathize

4.2.1 Hasil Wawancara dan Empathy Map

Wawancara dilakukan secara langsung pada hari Rabu 29 November 2023. Narasumber pada wawancara ini adalah pemilik dari UMKM 333 *Jersey* dengan pertanyaan terkait struktur

organisasi dan proses bisnis yang ada. Berikut adalah beberapa pertanyaan sesuai dengan indikator-indikator pada *emphaty map* kepada narasumber.

Tabel 4. 1 Tabel pertanyaan *Empathy map*

No	Pertanyaan	<i>Insight yang digali</i>
1	Apakah perlu adanya struktur organisasi dalam bisnis Anda?	Insight untuk Empathy Map, apa yang user <i>Think and feel, hear, see</i> dan <i>Say & do</i> serta <i>Need To do</i>
2	Apakah struktur organisasi mempengaruhi proses bisnis Anda?	Insight untuk Empathy Map, apa yang user <i>Think and feel, hear, see</i> dan <i>Say & do</i> serta <i>Need To do</i>
3	Bagaimana struktur organisasi yang ada sekarang?	Insight untuk Empathy Map, apa yang user <i>Think and feel, hear, see</i> dan <i>Say & do</i> serta <i>Need To do</i>
4	Struktur organisasi seperti apa yang anda harapkan?	Insight untuk Empathy Map, apa yang user <i>Think and feel, hear, see</i> dan <i>Say & do</i> serta <i>Need To do</i>
5	Apa yang anda lakukan terhadap proses bisnis yang ada?	Insight untuk Empathy Map, apa yang user <i>Think and feel, hear, see</i> dan <i>Say & do</i> serta <i>Need To do</i>
6	Apa yang dirasa kurang dalam proses bisnis anda?	<i>Pain</i> (apa yang dirasa menyakitkan bagi user)
7	Apakah terdapat hal yang mengganggu atau membuat tidak nyaman terhadap struktur organisasi dan proses bisnis yang sudah ada?	<i>Pain</i> (apa yang dirasa menyakitkan bagi user)
8	Bagaimana gambaran struktur organisasi dan proses bisnis yang ideal menurut Anda?	<i>Gain</i> (apa yang diharapkan user)
9	Fasilitas apa yang dirasa perlu dalam membantu proses bisnis Anda?	<i>Gain</i> (apa yang diharapkan user)

Pada penelitian ini, penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* yang dimana sampel diambil secara non-acak dengan mengidentifikasi karakteristik tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian untuk dapat menjawab masalah penelitian. Dimana pada penelitian ini melakukan wawancara secara langsung kepada pemilik untuk mendapatkan persepsi permasalahan terkait proses bisnis yang ada di UMKM 333 *Jersey* berdasarkan empati dari narasumber. Wawancara dilakukan pada hari Rabu, 29 November 2023 dengan narasumber berjumlah 1 orang yaitu pemilik dari UMKM ini.

Berikut adalah *Empathy Map* yang disusun untuk membantu mengelompokkan pemahaman dan persepsi dari pemilik UMKM 333 *Jersey*.



Gambar 4. 2 Empathy map

Berikut adalah penjelasan detail dari masing-masing elemen.

a. *Who*

Pada elemen *who* berisikan siapa yang perlu dimengerti atau user yaitu Zulfi Kusuma sebagai pemilik dari UMKM ini.

b. *See*

Pada elemen *see* berisikan hasil jawaban dari apa yang dilihat secara visual, berikut adalah beberapa jawabannya:

- Belum adanya batasan dalam bekerja
- Produksi melebihi tengat waktu
- Belum adanya kontrol dan keseimbangan dalam bekerja

c. *Say*

Pada elemen *say* berisikan jawaban dari apa yang dikatakan secara langsung atau tidak langsung, berikut adalah beberapa jawabannya:

- Alur komunikasi yang buruk
- Alur produksi belum jelas
- Adanya tanggung jawab ganda

d. *Do*

Pada elemen *do* berisikan jawaban dari apa yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung, berikut adalah beberapa jawabannya:

- Mengontrol seluruh kendali alur produksi
- Mengganti-ganti alur produksi

e. *Hear*

Pada elemen *hear* berisikan hasil jawaban dari apa yang mereka dengar, berikut adalah beberapa jawabannya:

- Keluhan pelanggan terhadap hasil dan keterlambatan
- Keluhan pekerja karena tidak adanya jam kerja pasti dan *planning* produksi

f. *Pains*

Pada elemen *pains* berisikan jawaban dari apa yang dirasa menakutkan, frustrasi, dan kekecewaan *user*, berikut adalah beberapa jawabannya:

- Kekecewaan pelanggan
- Belum adanya rasa percaya terhadap pekerja
- Tercampurnya uang pribadi dengan pekerjaan

g. *Gains*

Pada elemen *gains* berisikan jawaban dari apa yang diinginkan, kebutuhan, harapan, dan impian *user*, berikut adalah beberapa jawabannya:

- Adanya kontrol dan stabilisasi di setiap proses
- Menjadi penyuplai kebutuhan olahraga terlengkap

h. *Motivate*

Pada elemen *motivate* berisikan jawaban dari apa yang perasaan atau pemikiran lain yang memotivasi perilaku *user*, berikut adalah jawabannya:

- Ingin mengembangkan bisnisnya menjadi penyedia perlengkapan olahraga

i. *Need to do*

Pada elemen *need to do* berisikan jawaban dari apa yang akan dilakukan agar menyelesaikan masalah, berikut beberapa hal yang akan dibuat:

- Membuat struktur organisasi
- Membuat alur proses bisnis

4.3 Define

Selanjutnya adalah tahap *define*, tahap ini dapat diartikan sebagai tahap untuk mendefinisikan

masalah atau menentukan hal apa yang ingin diselesaikan dari permasalahan yang dialami oleh user. Tahap ini menggunakan data dan informasi yang didapatkan selama tahap Empathize. Selanjutnya dibantu dengan menggunakan formula *point of view: user, need, dan insight*, berikut merupakan penjabarannya.

A. *User*

User merupakan pengguna yang akan diselesaikan masalahnya. Pada penelitian ini, usernya ialah UMKM 333 Jersey.

B. *Need*

Pada *need*, akan mengidentifikasi dan memilih kebutuhan paling penting berdasarkan data yang diperoleh pada tahap *empathize*. Kebutuhan yang paling penting berdasarkan *empathy map* ialah adanya alur produksi yang jelas, adanya kontrol pada proses, dan adanya batasan batasan dalam bekerja.

C. *Insight*

Insight merupakan hal yang didapatkan perusahaan jika melakukan *need*. Sehingga, *insight* nya yaitu membuat struktur bisnis yang dapat memperjelas batasan dalam bekerja, selain itu juga memperjelas alur produksi dan mempermudah pengontrolan terhadap produksi yang dijalankan.

D. *How Might We*

How might we dirancang untuk fokus pada berbagai aspek dari keseluruhan permasalahan dan memberikan jalan untuk tahap *ideate* dalam menghasilkan ide-ide, yaitu ”bagaimana membuat struktur organisasi yang tepat agar proses bisnis yang dijalankan berjalan lancar?”.

Tabel 4. 2 *Point of View*

<i>User</i>	UMKM 333 Jersey
<i>Needs</i>	Adanya alur produksi yang jelas, terdapat pengontrolan dalam proses, dan adanya batasan batasan dalam bekerja.
<i>Insight</i>	Struktur bisnis yang dapat memperjelas batasan dalam bekerja, selain itu juga memperjelas alur produksi dan mempermudah pengontrolan terhadap produksi yang dijalankan.
<i>How Might We</i>	Bagaimana membuat struktur organisasi yang tepat untuk UMKM 333 Jersey agar proses bisnis yang dijalankan berjalan lancar?

Dari data diatas, dapat disimpulkan bahwa tahap *define* menunjukkan perlu adanya struktur organisasi pada UMKM 333 Jersey agar alur proses bisnis dapat berjalan dengan baik.

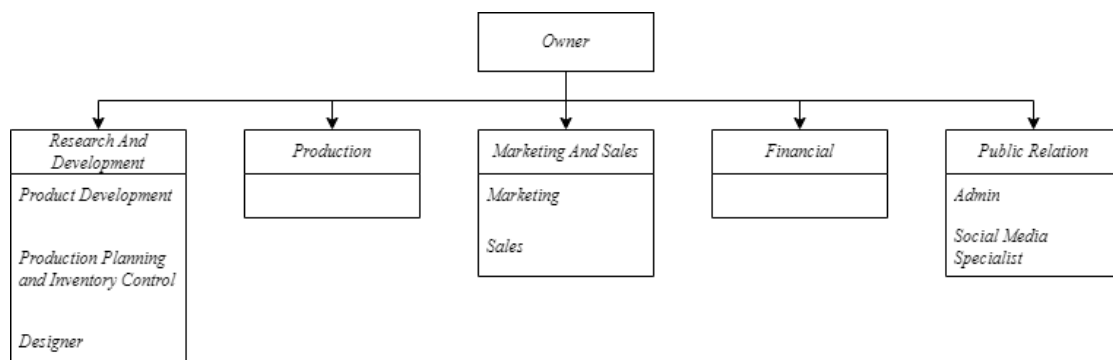
4.4 Ideate

Pada tahap ini, semua ide akan dikumpulkan dan diseleksi guna penyelesaian masalah utama yang telah ditetapkan pada tahap *define*. Tahapan *ideate* perlu memperhatikan interaksi antar departemen yang akan dirancang pada UMKM 333 *Jersey*. Membuat struktur organisasi guna memperjelas proses bisnis menjadi prioritas dalam menjawab keinginan dan kebutuhan *user* agar dapat di terapkan dalam pelayanan dan proses bisnisnya.

4.4.1 Rancangan Struktur Organisasi dan Proses Bisnis

Berikut ini adalah rancangan struktur organisasi dan proses bisnis yang telah dibuat:

1. Rancangan 1



Gambar 4. 3 Rancangan 1 Struktur organisasi

Dengan deskripsi kerja dari tiap tiap departemen adalah sebagai berikut:

a. Owner

Menetapkan keputusan umum pada UMKM 333 *Jersey*, mengatur, mengarahkan dan mengendalikan seluruh kegiatan untuk mencapai tujuan dari UMKM 333 *Jersey*.

b. Divisi *Research And Development*

Bertanggung jawab dalam meriset, pengontrolan kualitas, ketersediaan bahan baku dan produk jadi pada UMKM 333 *Jersey*.

c. Divisi *Production*

Bertanggung jawab dalam mengontrol dan melaksanakan proses produksi mulai dari awal hingga akhir sesuai arahan pemilik UMKM 333 *Jersey*.

d. Divisi *Marketing And Sales*

Bertanggung jawab dalam membuat startegi pemasaran dan penjualan pada UMKM 333 *Jersey*.

e. Divisi Finansial

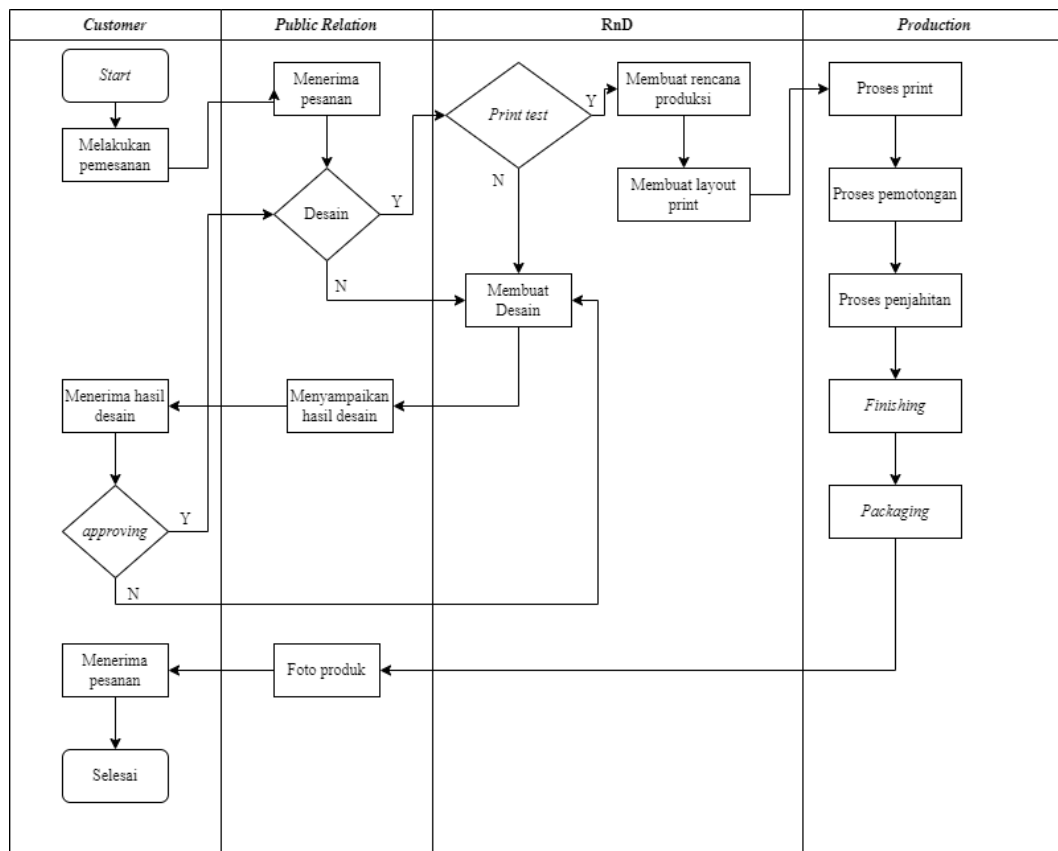
Bertanggung jawab dalam mengelola sistem administrasi keuangan berupa pengaturan kegiatan yang dilakukan UMKM 333 *Jersey*, dan mengendalikan serta mengelola pencatatan keuangan pada UMKM 333 *Jersey*.

f. *Divis Public Relation*

Bertanggung jawab dalam mengelola alur serta materi komunikasi dan informasi kepada pihak eksternal UMKM 333 *Jersey*.

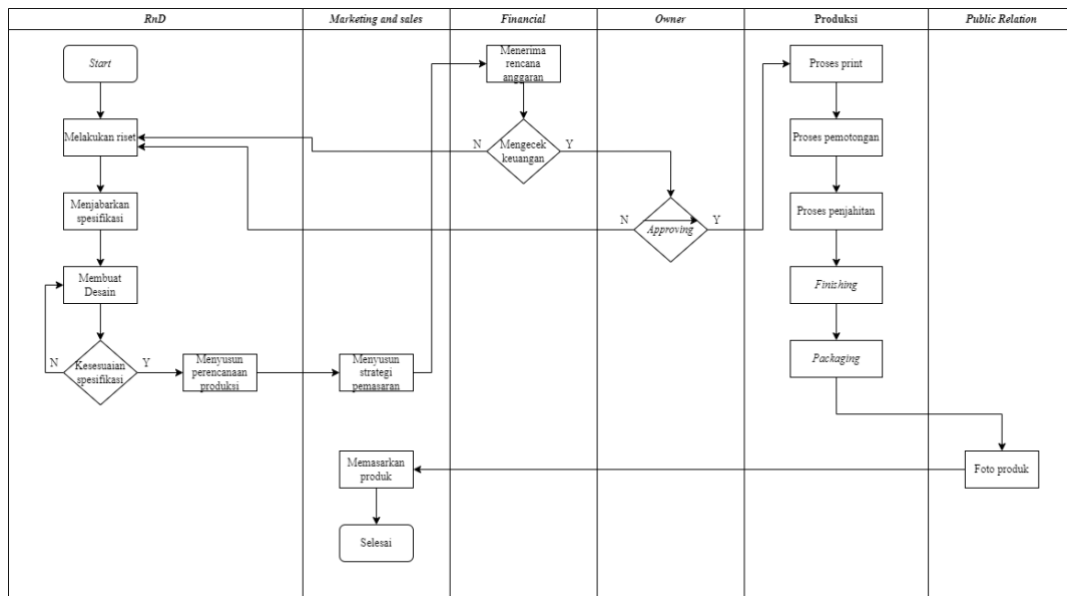
Dengan proses bisnis sebagai berikut:

a) *Proses Make to order*



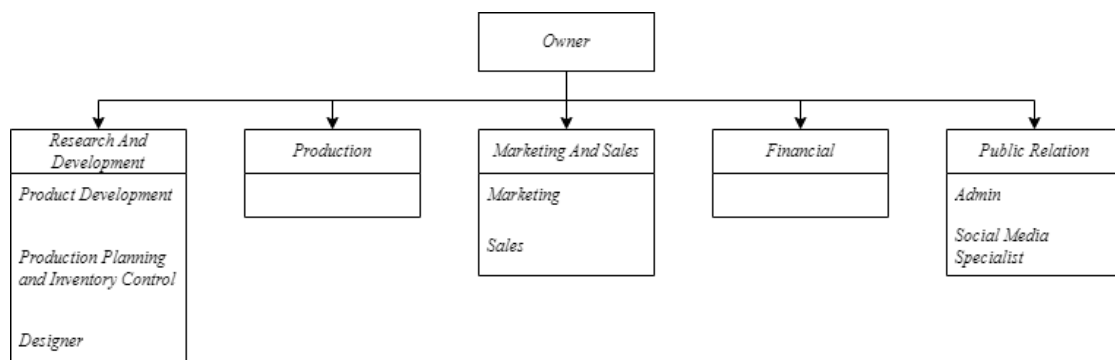
Gambar 4. 4 Rancangan 1 *Make to order*

b) Proses *Make to stock*



Gambar 4. 5 Rancangan 1 *Make to stock*

2. Rancangan 2



Gambar 4. 6 Rancangan 2 Struktur organisasi

Dengan deskripsi kerja dari tiap tiap departemen

a. *Owner*

Menetapkan keputusan umum pada UMKM 333 *Jersey*, mengatur, mengarahkan dan mengendalikan seluruh kegiatan untuk mencapai tujuan dari UMKM 333 *Jersey*.

b. *Divisi Research And Development*

Bertanggung jawab dalam meriset, pengontrolan kualitas, ketersediaan bahan baku dan produk jadi pada UMKM 333 *Jersey*.

c. *Divisi Production*

Bertanggung jawab dalam mengontrol dan melaksanakan proses produksi mulai dari awal hingga akhir sesuai arahan pemilik UMKM 333 *Jersey*.

d. Divisi Marketing And Sales

Bertanggung jawab dalam membuat strategi pemasaran dan penjualan pada UMKM 333 Jersey.

e. Divisi Finansial

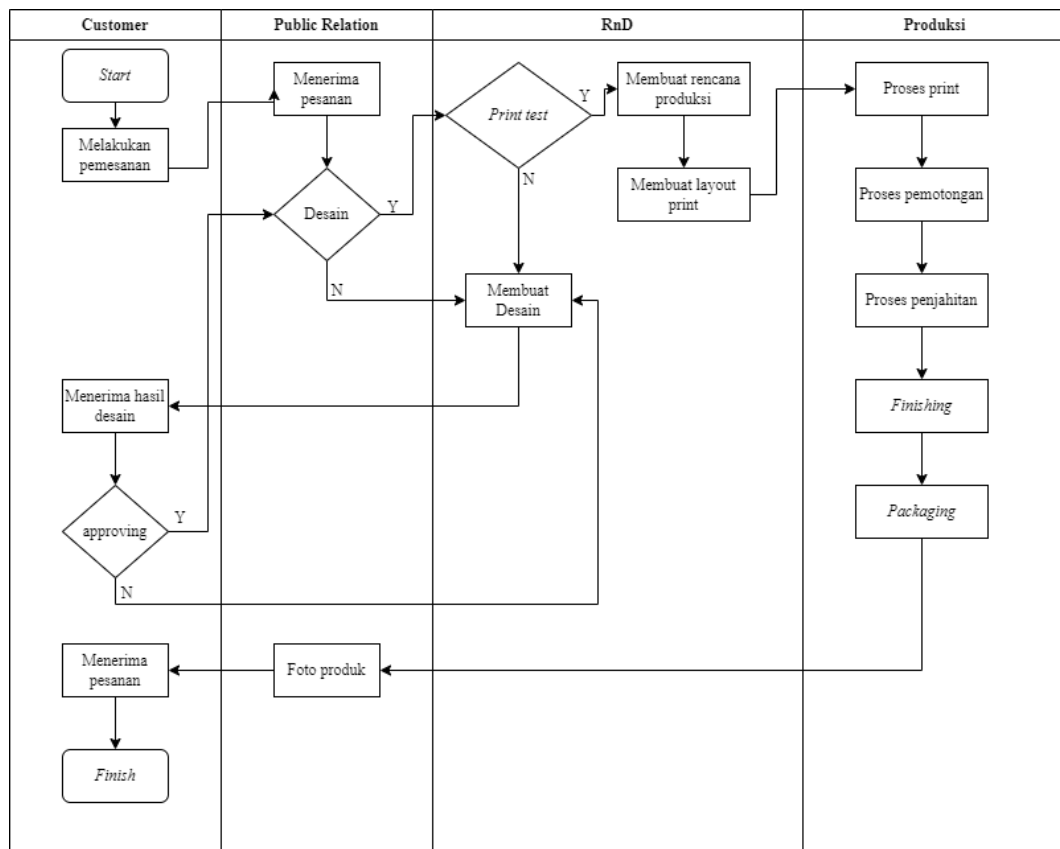
Bertanggung jawab dalam mengelola sistem administrasi keuangan berupa pengaturan kegiatan yang dilakukan UMKM 333 Jersey, dan mengendalikan serta mengelola pencatatan keuangan pada UMKM 333 Jersey.

f. Divis Public Relation

Bertanggung jawab dalam mengelola alur serta materi komunikasi dan informasi kepada pihak eksternal UMKM 333 Jersey.

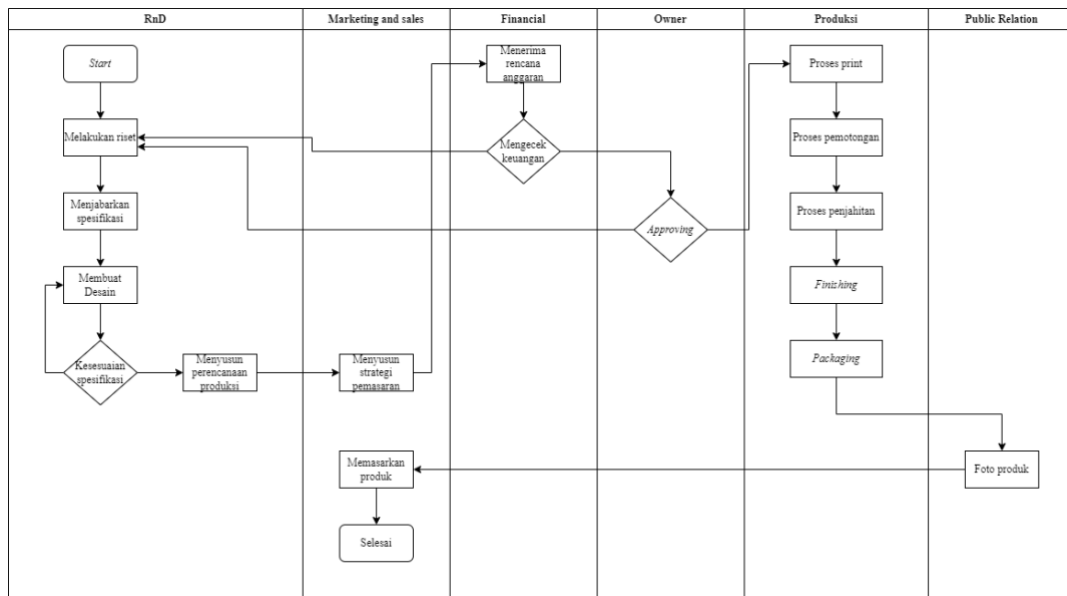
Dengan proses bisnis sebagai berikut:

a. Proses Make to order



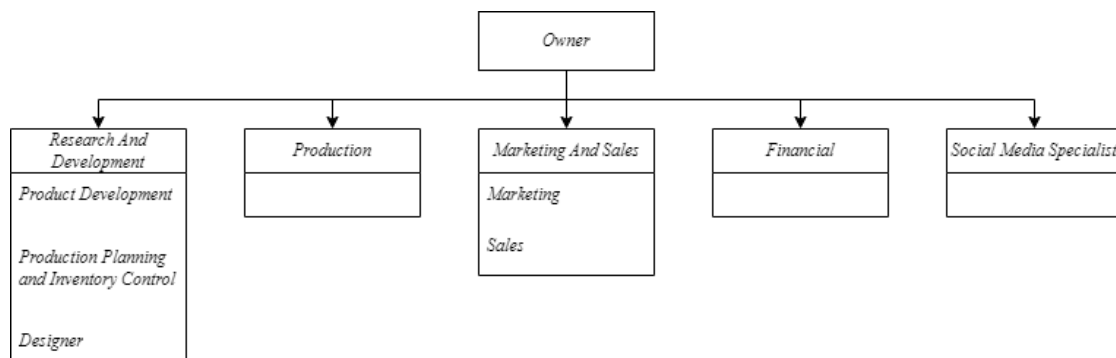
Gambar 4. 7 Rancangan 2 Make to order

b. Proses *Make to stock*



Gambar 4. 8 Rancangan 2 *Make to stock*

3. Rancangan 3



Gambar 4. 9 Rancangan 3 Struktur organisasi

Dengan deskripsi kerja dari tiap tiap departemen

a. *Owner*

Menetapkan keputusan umum pada UMKM 333 *Jersey*, mengatur, mengarahkan dan mengendalikan seluruh kegiatan untuk mencapai tujuan dari UMKM 333 *Jersey*.

b. Divisi *Research And Development*

Bertanggung jawab dalam meriset, pengontrolan kualitas, ketersediaan bahan baku dan produk jadi pada UMKM 333 *Jersey*.

c. Divisi *Production*

Bertanggung jawab dalam mengontrol dan melaksanakan proses produksi mulai dari

awal hingga akhir sesuai arahan pemilik UMKM 333 Jersey.

d. Divisi *Marketing And Sales*

Bertanggung jawab dalam membuat startegi pemasaran dan penjualan pada UMKM 333 Jersey.

e. Divisi *Finansial*

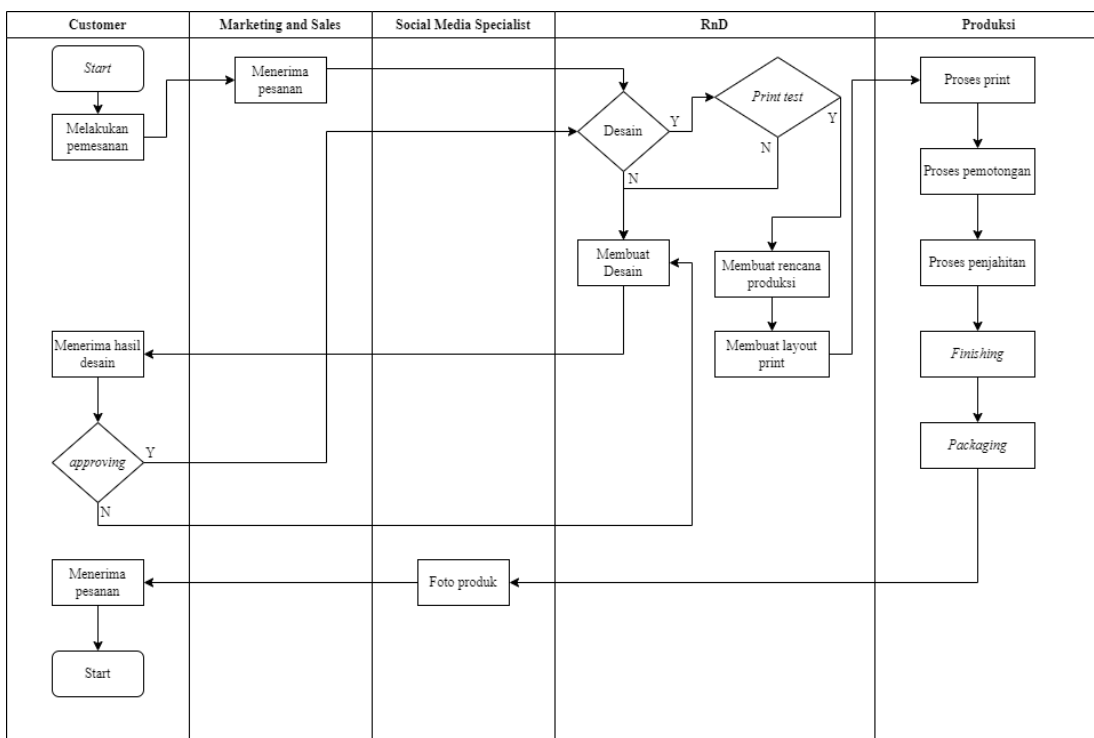
Bertanggung jawab dalam mengelola sistem administrasi keuangan berupa pengaturan kegiatan yang dilakukan UMKM 333 Jersey, dan mengendalikan serta mengelola pencatatan keuangan pada UMKM 333 Jersey.

f. Divis *Social Media Specialist*

Bertanggung jawab dalam mengelola dan mengembangkan sosial media pada UMKM 333 Jersey.

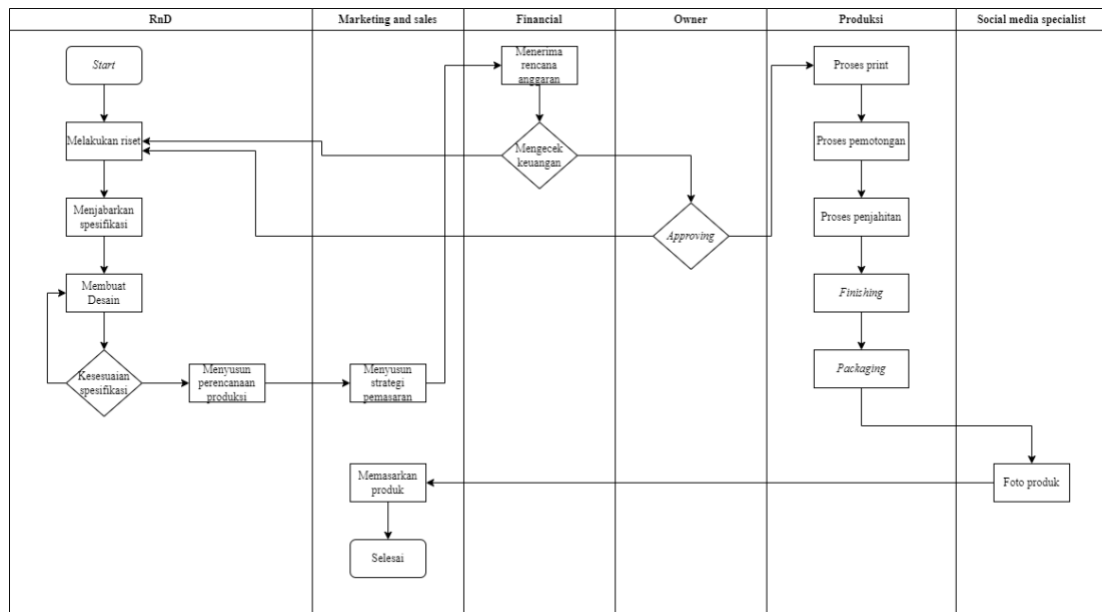
Dengan proses bisnis sebagai berikut:

a. Proses *Make to order*



Gambar 4. 10 Rancangan 3 *Make to order*

b. Proses *Make to stock*



Gambar 4. 11 Rancangan 3 *Make to Stock*

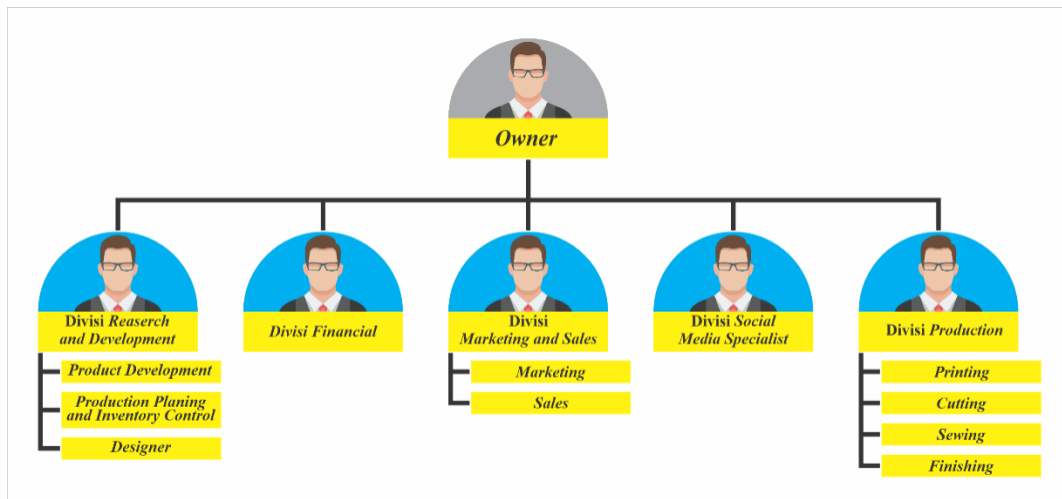
Rancangan yang dipilih oleh user pada tahap *ideate* adalah rancangan 3 dikarenakan lebih sedikitnya jumlah SDM yang dibutuhkan dan menimbang dari segi keefektivitasannya pada tiap proses yang di jalani.

4.5 Prototype

Pada tahap ini, setelah menentukan ide yang ideal sesuai dengan permasalahan pada tahap *ideate* yaitu pembuatan struktur organisasi, dan proses bisnis. Berikut merupakan *prototype* dari ide yang dihasilkan pada tahap sebelumnya.

4.5.1 Struktur Organisasi Usulan

Pada tahap *empathize*, didapatkan bahwa user menginginkan adanya kontrol pada proses, serta adanya batasan batasan dalam bekerja pada UMKM 333 *Jersey*, sehingga dibutuhkan struktur organisasi dan berikut adalah struktur organisasi usulan yang sudah disusun untuk UMKM 333 *Jersey*.



Gambar 4. 12 Struktur organisasi usulan

Struktur organisasi pada UMKM 333 *Jersey* langsung dikepalai oleh owner secara langsung dan memiliki 5 divis pertama *Research And Development* yang bertanggung jawab dalam meriset, pengontrolan kualitas, ketersediaan bahan baku dan produk jadi; kedua divisi *Production* yang bertanggung jawab alam mengontrol dan melaksanakan proses produksi mulai dari awal hingga akhir; ketiga divisi *Marketing And Sales* yang bertanggung jawab dalam membuat startegi pemasaran, penjualan, dan melayani pelanggan; keempat divisi *Finacial* yang bertanggung jawab dalam mengelola sistem administrasi keuangan berupa pengaturan kegiatan yang dilakukan dan mengendalikan serta mengelola pencatatan keuangan; kelima adalah divisi *Social Media Specialist* yang bertanggung jawab dalam mengelola dan mengembangkan sosial media yang dimiliki 333 *Jersey*. Berikut adalah keterangan dari struktur organisasi UMKM 333 *Jersey*:

1. *Owner*

- a. *Owner* bertanggung jawab atas operasional perusahaan sehari-hari.
- b. Melakukan tugas pokok pada seluruh fungsi perusahaan yang berhubungan dengan kepentingan perusahaan
- c. *Owner* mengkoordinir semua bagian perusahaan

2. *Reasearch and Development*

Pada divisi ini terdiri dari beberapa sub bagian yaitu:

- a. *Product Development*
 - a) Meriset produk sesuai kebutuhan pasar
 - b) Bertanggung jawab dalam pengendalian kualitas produk

- c) Bertanggung jawab dalam membuat inovasi produk
- b. *Production Planning and Inventory Control*
 - a) Bertanggung jawab dalam pengadaan bahan produksi
 - b) Bertanggung jawab dalam penjadwalan produksi
 - c) Bertanggung jawab dalam persediaan produk di gudang
- c. *Design*
 - a) Membuat desain produk sesuai dengan pesanan
 - b) Bertanggung jawab atas aset desain yang telah dibuat

3. *Production*

Pada divisi ini terdiri dari beberapa sub bagian yaitu:

- a. *Printing*
 - a) Melanjutkan hasil desain untuk mencetak sesuai dengan pesanan
 - b) Membuat layout print untuk proses printing
 - c) Bertanggung jawab dalam proses pencetakan
 - d) Memastikan alat yang digunakan dapat digunakan dengan baik
- b. *Cutting*
 - a) Melanjutkan hasil dari bagian printing untuk memotong pola sesuai dengan pesanan
 - b) Bertanggung jawab dalam proses pemotongan
 - c) Memastikan alat yang digunakan dapat digunakan dengan baik
- c. *Sewing*
 - a) Melanjutkan hasil dari bagian *cutting* untuk menjahit pola sesuai dengan pesanan
 - b) Bertanggung jawab dalam proses penjahitan
 - c) Memastikan alat yang digunakan dapat digunakan dengan baik
- d. *Finishing*
 - a) Melanjutkan hasil dari bagian sewing untuk melakukan finishing produk dan packaging.
 - b) Bertanggung jawab dalam proses *finishing* dan *packaging*
 - c) Memastikan alat yang digunakan dapat digunakan dengan baik

4. *Marketing and Sales*

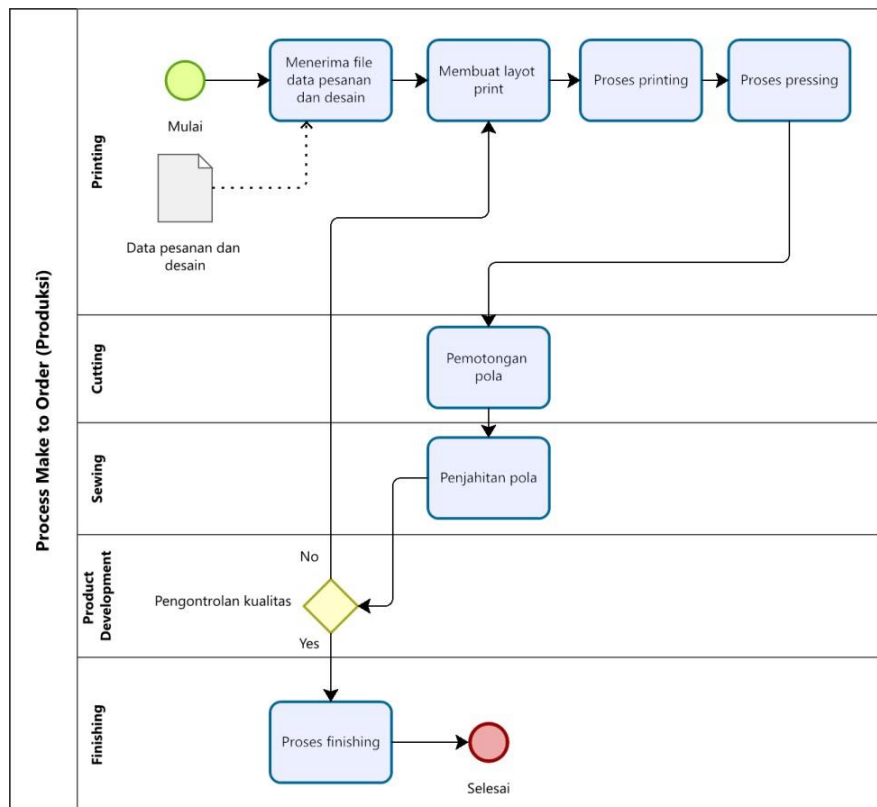
Pada divisi ini terdiri dari beberapa sub bagian yaitu:

- a. *Marketing*
 - a) Menyusun strategi pemasaran produk
 - b) Bertanggung jawab atas ide branding perusahaan
 - b. *Sales*
 - a) Melayani pelanggan dengan baik.
 - b) Bertanggung jawab atas penjualan dan penyerahan produk
 - c) Menyusun dan merapikan etalase *store*
 - d) Menyusun laporan pemasukan perusahaan
5. *Finance*
- a. Mengelola keuangan perusahaan.
 - b. Menyusun laporan keuangan perusahaan.
6. *Social Media Specialist*
- a. Mengelola dan mengembangkan social media yang dimiliki perusahaan
 - b. Membuat konten produk
 - c. Mendokumentasikan produk jadi

Dengan jumlah *resource* sebagai berikut:

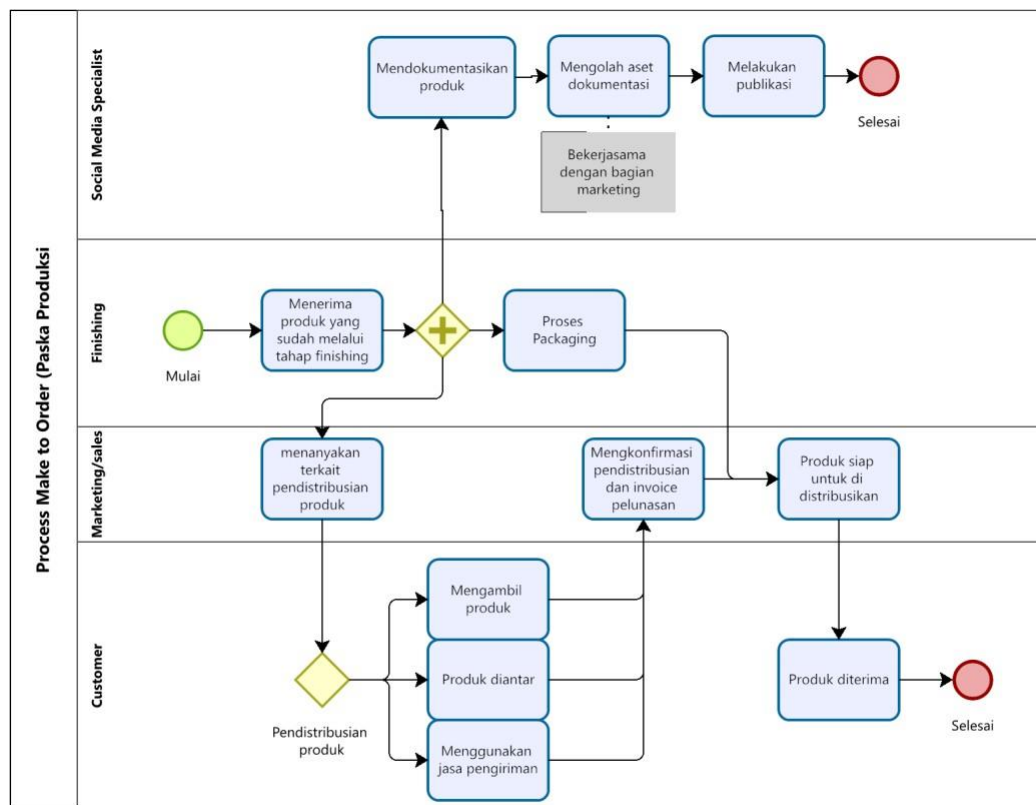
Tabel 4. 3 Kebutuhan *resource*

No	Divisi	Bagian	Jumlah
1	<i>Owner</i>		1
2	<i>Research and Development</i>	Kepala Divisi	1
		<i>Product Development</i>	2
		<i>Production Planning and Inventory Control</i>	2
		<i>Designer</i>	1
3	<i>Production</i>	Kepala Divisi	1
		<i>Printing</i>	3
		<i>Cutting</i>	2
		<i>Sewing</i>	5
		<i>Finishing</i>	2
4	<i>Marketing and Sales</i>	Kepala Divisi	1
		<i>Marketing</i>	2
		<i>Sales</i>	2
5	<i>Finance</i>		1
6	<i>Social Media Specialist</i>		2



Gambar 4. 14 *Prototype* proses bisnis *make to order* produksi.

3. Pasca produksi



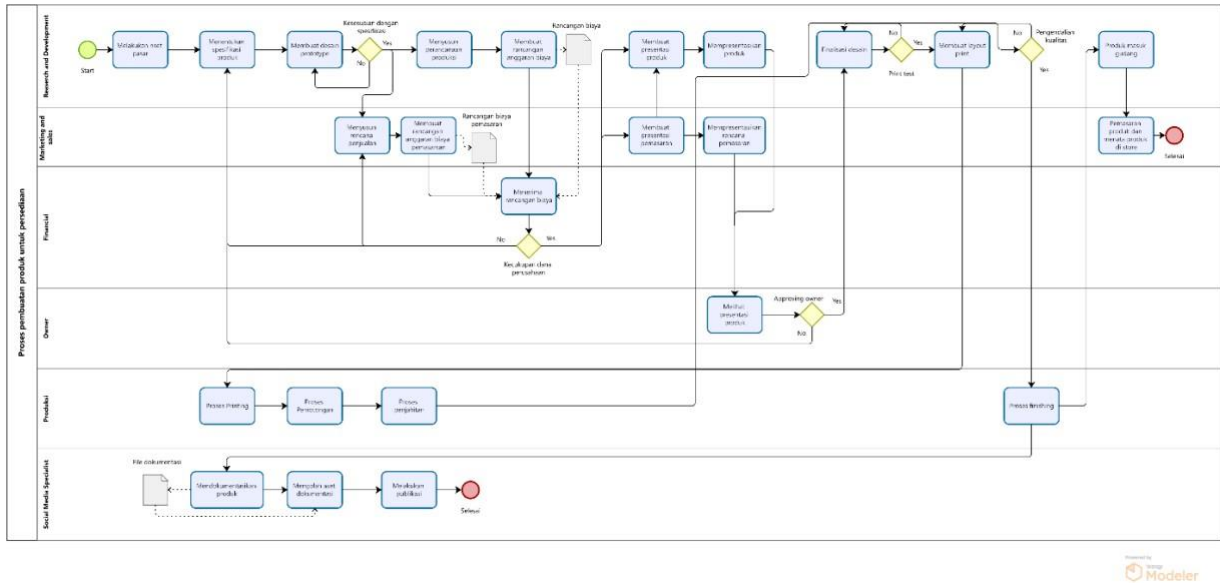
Powered by
bizagi
Modeler

Gambar 4. 15 *Prototype* proses bisnis *make to order* paska produksi.

Proses ini digunakan untuk pembuatan *Jersey* sesuai dengan kebutuhan dari *customer*, dimana terdapat 4 jenis *Jersey* yang bisa dipesan diantaranya *Jersey* sepakbola, basket, voli, dan baseball. Dimana proses ini bermula dari *customer* yang menginginkan membuat *Jersey*, kemudian *sales* mengarahkan *customer* untuk memilih *Jersey* apa dan menggunakan bahan apa yang akan dibuat, lalu *sales* menanyakan terkait desain sudah tersedia atau belum, bila belum *customer* akan diarahkan kebagian *Designer* kemudian membuat desain sesuai keinginan *customer*, setelah desain jadi akan dilakukan *Print test* untuk melihat hasil *print* apakah sudah sesuai atau belum dengan keinginan *customer*, bila belum maka akan dilakukan re-desain kembali jika sudah maka akan lanjut ke proses selanjutnya yaitu pembuatan *layout print*, kemudian lanjut ke tahap produksi, pada tahap produksi divisi RnD ikut mengawasi alur produksi yang akan dijalankan agar kualitas produk terjaga dan tidak adanya kekurangan pada *Jersey* hingga tahap *finishing*, selanjutnya divisi *Social media specialist* akan mendokumentasikan dan mengolah aset dokumentasi agar menjadi sebuah konten dan akan di

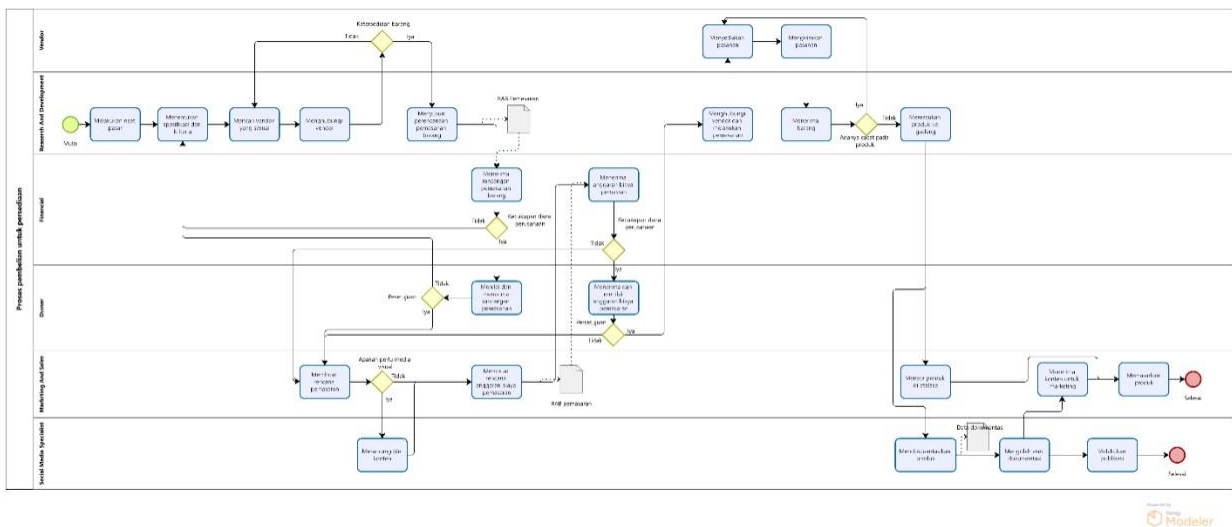
publish ke sosial media milik 333 Jersey, tahap ini berakhir hingga Jersey diterima oleh customer.

b. Proses Make to Stock



Gambar 4. 16 Prototype proses bisnis make to stock

c. Proses Reseller



Gambar 4. 17 Prototype proses bisnis reseller

Kedua proses diatas menunjang harapan dan cita-cita dari owner yang menginginkan adanya store pada usahanya yang menyediakan peralatan dan perlengkapan olahraga di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Dimana proses ini dimulai dengan divisi RnD menyurvei kebutuhan olahraga apa saja yang diperlukan kepada calon *customer* dan menentukan spesifikasi dan kriteria pada produk yang akan dijual, yang membedakan pada proses bisnis di atas ialah memproduksi produk sendiri atau membeli produk (*reseller*) kepada vendor.

BAB V

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

5.1 Analisis Pengambilan Data

Industri konveksi bukanlah hal yang baru di telinga, karena pakaian termasuk dalam kebutuhan primer atau mendasar. Banyak perusahaan konveksi di Indonesia, 333 *Jersey* salah satunya.

333 *Jersey* sudah berjalan sejak 2018 hingga saat ini namun belum memiliki struktur organisasi dan proses bisnis yang jelas. Struktur organisasi merupakan rancangan dari pemimpin organisasi sehingga mampu menentukan harapan mengenai apa yang akan dilakukan individu dan kelompok tersebut dalam mencapai tujuan organisasi (Gibson, Ivancevich, Donnelly Jr, & James, 1996) sedangkan Proses Bisnis adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh suatu bisnis dimana mencakup inisiasi *input*, transformasi dari suatu informasi, dan menghasilkan *output* (Harmon, 2003). Sehingga peneliti melakukan penelitian terkait struktur organisasi dan proses bisnis pada 333 *Jersey* yang sesuai dengan keinginan pemilik.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik, pemilik juga menyatakan bahwa penting adanya struktur yang jelas agar ada batasan dalam bekerja dan memudahkan proses bisnis yang akan dijalankan, selain itu pemilik 333 *Jersey* akan mengembangkan bisnisnya menjadi penyuplai kebutuhan olahraga di Daerah Istimewa Yogyakarta.

5.2 Analisis *Empathize* dan *Define*

Dari hasil wawancara dengan pemilik 333 *Jersey*, kemudian diolah ke dalam *empathy map*, didapatkan bahwa pemilik melihat tidak adanya batasan dalam bekerja dan tanggung jawab dalam melakukan suatu pekerjaan, terdapat beberapa keterlambatan produksi dikarenakan tidak adanya perencanaan produksi dan terkadang lupa untuk melakukan *follow-up* kepada *customer* sehingga projekkan tidak terkendali, dan tidak adanya kontrol dan keseimbangan dalam melakukan pekerjaan. Selain itu pemilik juga mengatakan masih terdapat alur komunikasi dan produksi masih menjadi kendala dalam produksi selain itu juga terdapat tanggung jawab ganda pada seseorang sehingga mengganggu alur produksi. Kemudian pemilik juga mendengar keluhan pelanggan terkait kualitas dan keterlambatan produk, selain dari pelanggan juga terdapat keluhan dari pekerja karena tidak ada kepastian terkait jam kerja dan perencanaan

produksi. Selain itu pemilik juga merasa takut terhadap kekecewaan pelanggan, belum bisa percaya atau melepas tanggung jawab sepenuhnya kepada pekerja, dan karena belum memiliki pengelolaan keuangan tersendiri, pemilik merasa takut karena tercampurnya uang pribadi dengan uang usaha. Kemudian pemilik juga memiliki keinginan untuk membuat suatu sistem yang dapat mengontrol dan menyetabilisasi pekerjaan pada setiap prosesnya, selain itu pemilik juga menginginkan usahanya menjadi penyuplai kebutuhan olahraga terlengkap dan hal ini menjadi motivasi pemilik untuk mengembangkan usahanya. Untuk sementara ini pemilik menyikapi masalah di atas dengan mengontrol secara menyeluruh terhadap kendali alur produksi, dan beberapa kali mencoba mengganti-ganti alur produksi namun semua tanggung jawab berpusat kepada si pemilik.

Berdasarkan hasil *empathy map* kemudian diolah menggunakan HMW sehingga dapat diketahui bahwa dibutuhkannya sebuah struktur organisasi yang tepat untuk 333 *Jersey* agar dapat memperjelas batasan tugas setiap pekerja, serta memperjelas alur produksi.

5.3 Analisis Ideate

Pada tahap ini peneliti mencoba untuk merangkai struktur organisasi berdasarkan konsep yang diinginkan pemilik untuk proses pembuatan produk (*Jersey*) dan pengembangan usahanya (*store*). Dimana terdapat tiga ide yang sudah dipilih pada tahap ini:

1. Rancangan struktur dan proses bisnis pertama

Pada rancangan struktur organisasi pemilik menjadi pemimpin langsung kepada divisi yang ada di bawahnya. Terdapat 5 divisi yaitu *Research and Development*, *Production*, *Marketing and Sales*, *Finansial*, *Public relation*.

Dimana pada rancangan pertama ini memiliki 2 jenis proses bisnis, pertama proses *Make to order* dimana pada proses ini dimulai dari *customer* yang menginginkan membuat *Jersey* kemudian dilayani oleh *public relation* untuk memilih jenis *Jersey* dan bahan, kemudian *public relation* menanyakan terkait ketersediaan desain dari *customer*, kemudian bagian *Research and Development* untuk meredesain kemudian dikembalikan ke bagian *public relation* untuk mengkonfirmasi hasil kepada *customer*, bila desain sudah di *approve* oleh pelanggan *Research and Development* membuat *layout print* dan kemudian dilanjutkan ke proses produksi dengan dimulai dari *print*, pemotongan, penjahitan *finishing* dan *packaging*, kemudian *public relation* akan mendokumentasikan produk untuk dipublikasikan, dan produk pun sampai ke tangan

pelanggan.

Proses yang kedua yaitu *maket to stock* dimana proses ini dimulai dari divisi *Research and Development* meriset kebutuhan olahraga kemudian merancang segala kebutuhan yang akan di beli/dibuat dan di laporkan kepada divisi Finansial kemudian ke *owner* untuk di *approving*, lalu bila produk itu akan di produksi maka lanjut ke divisi produksi untuk pembuatan produk, bila produk di beli maka divisi *Research and Development* akan menghubungi vendor terkait untuk pemesanan produk, ketika produk sudah diterima divisi *Public Relation* akan mendokumentasikan produk dan divisi *Marketing and sales* memasarkan produk.

2. Rancangan struktur dan proses bisnis kedua

Pada rancangan yang kedua hampir sama dengan rancangan pertama yang membedakan hanya pada proses pembuatan desain dimana *Research and Development* langsung mengkonfirmasi terkait desain kepada customer tanpa ada perantara.

3. Rancangan struktur dan proses bisnis ketiga

Pada rancangan ketiga pada struktur organisasi *Owner* menjadi pemimpin tertinggi dan memiliki 5 divisi yaitu: *Research and Development*, *Production*, *Marketing and Sales*, *Finansial*, dan *Social Media Specialist*.

Pada rancangan yang ketiga memiliki dua proses bisnis, yang pertama ialah proses *make to order* dimana customer datang dan melakukan pemesanan *Jersey*, dilayani oleh divisi *Marketing and Sales*, kemudian dilanjutkan ke divisi *Research and Development* untuk proses desain/redesain dan langsung dikonfirmasi kepada *customer* tanpa melalui perantara, jika sudah disepakati dengan customer lanjut ke proses produksi untuk print, potong, jahit, *finishing*, dan *packaging*, lalu di lanjutkan ke divisi *Social Media Specialist* untuk mendokumentasikan dan mempublikasikan produk, dan proses ini berakhir hingga produk di terima oleh *customer*.

Proses yang kedua ialah proses *make to stock* dimana divisi *Research and Development* melakukan riset terkait produk yang akan dibuat/beli, kemudian menjabarkan spesifikasi yang ingin dibuat dan merancang desain sesuai keinginan kemudian menyerahkan rancangan anggaran kepada divisi finansial dan meneruskan kepada *owner* untuk *approving* kemudian proses lanjut ke proses produksi bila produk akan di produksi sendiri, atau menghubungi vendor terkait pemesanan produk, kemudian produk yang telah siap di pasarkan akan didokumentasikan dan

dipublikasikan oleh divisi *Social Media Specialist*, lalu barangpun di pasarkan kepada masyarakat oleh divisi *Marketing and Sales*.

Diantara 3 rancangan diatas, rancangan ketigalah yang dipilih oleh *owner* karena memiliki jumlah SDM yang lebih sedikit di bandingkan dengan kedua rancangan yang lain, selain itu juga pada rancangan ini divisi *Reaserch and Development* menjaga kualitas produk dari pra produksi hingga paska produksi, serta *owner* menimbang dari segi keefektivitasannya pada setiap proses yang akan dijalani.

5.4 Analisis Prototype

5.4.1 Analisis Struktur Organisasi usulan

Pada tahap *prototype* ini peneliti menyusun struktur organisasi sesuai dengan keinginan dari *owner 333 Jersey* dikarenakan *owner* pada perusahaan ini adalah pemegang tanggung jawab tertinggi dimana bagi pengelola organisasi, struktur organisasi pada hakikatnya adalah suatu cara untuk menata unsur dalam organisasi dengan sebaik-baiknya, demi mencapai berbagai tujuan yang telah ditetapkan (Kusdi, 2009) , dimana terbagi menjadi 5 divisi untuk 3 proses utama yaitu:

1. Divisi *Research and Development*

Divisi ini bertanggung jawab dalam meriset kebutuhan pasar, pengontrolan kualitas, ketersediaan bahan baku, dan memvisualisasikan produk yang akan dibuat. Pada divisi ini terbagi menjadi tiga bagian yang pertama *Product Development* yang bertanggung jawab dalam meriset kebutuhan pasar, pengendalian kualitas, serta merancang inovasi suatu produk; kedua ada bagian *Production Planing and Inventory Control* dimana bagian ini bertanggung jawab dalam hal pengadaan bahan baku produksi, penjadwalan produksi, serta ketersediaan produk di gudang; lalu ada bagian *Design* yang bertanggung jawab dalam membuat desain sesuai dengan keinginan pelanggan, aset desain yang telah dibuat, dan membuat *layout print* dari desain yang telah dibuat. Divisi ini dibuat untuk pengembangan perusahaan, dimana *Research and Development* tidak hanya digunakan oleh *Human Capital* sebagai input namun utamanya adalah terkait dengan *physical capital* khususnya orientasi komersial R&D sebagai *engine of growth* (Aghion & Howitt, 1992).

2. Divisi Finansial

Divisi ini memiliki peran penting dalam kesuksesan perusahaan, karena memegang

alur keuangan dari suatu perusahaan (Handoyo, 2023) . Karena itu divisi ini bertanggung jawab dalam mengelola sistem administrasi keuangan agar kesehatan keuangan perusahaan tetap sehat dan selalu dalam pengawasan.

3. Divisi *Marketing and Sales*

Dimana divisi ini juga memiliki peran penting dalam perusahaan, dimana penjualan merupakan sebuah proses dimana kebutuhan pembeli dan kebutuhan penjualan dipenuhi, melalui antar pertukaran informasi dan kepentingan (Kotler & Garry, 2008), karena didalam marketing and sales sendiri berarti melakukan penjualan yang menghasilkan kepuasan pelanggan. Divisi ini bertanggung jawab dalam menyusun dan melaksanakan strategi pemasaran dan penjualan, serta melayani pelanggan, dimana divisi ini memiliki dua bagian dibawahnya yang pertama bagian marketing yang bertanggung jawab dalam menyusun dan pengimplementasian strategi pemasaran, dan branding perusahaan; kedua ialah bagian sales yang bertanggung jawab dalam melayani pelanggan, penjualan dan penyerahan produk, menyusun dan merapikan etalase store, serta menyusun laporan pemasukan perusahaan.

4. Divisi *Social Media Specialist*

Divisi ini bertanggung jawab dalam mengelola dan mengembangkan sosial media perusahaan, merancang dan membuat konten produk, serta mendokumentasikan produk. *Sebagai social media specialist* harus mampu untuk memahami audiens yang ditargetkan pada setiap kanal media sosial, membuat konten persuasif sesuai dengan audiens yang dituju, dan unik sebagai interaksi khas setiap saluran (Wati, 2020), selain itu Menyusun taktik dan mengoptimalkan kanal sosial media juga menjadi tugas *social media specialist* agar tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan dapat tercapai secara maksimal (Station, 2021).

5. Divisi *Production*

Divisi produksi merupakan penggerak utama dari proses produksi dimana segala aktivitas produksi dijalankan (Savitrie, 2015). Karena hal itu divisi ini bertanggung jawab dalam hal mengontrol dan melaksanakan proses produksi sesuai dengan bagian masing masing, dimana divisi ini terbagi menjadi empat bagian pertama bagian *Printing* dimana bertanggung jawab dalam segala kegiatan proses pencetakan, kedua *Cutting* yang bertanggung jawab dalam kegiatan pemotongan produk, ketiga bagian *Sewing* yang bertanggung jawab dalam proses penjahitan, keempat bagian

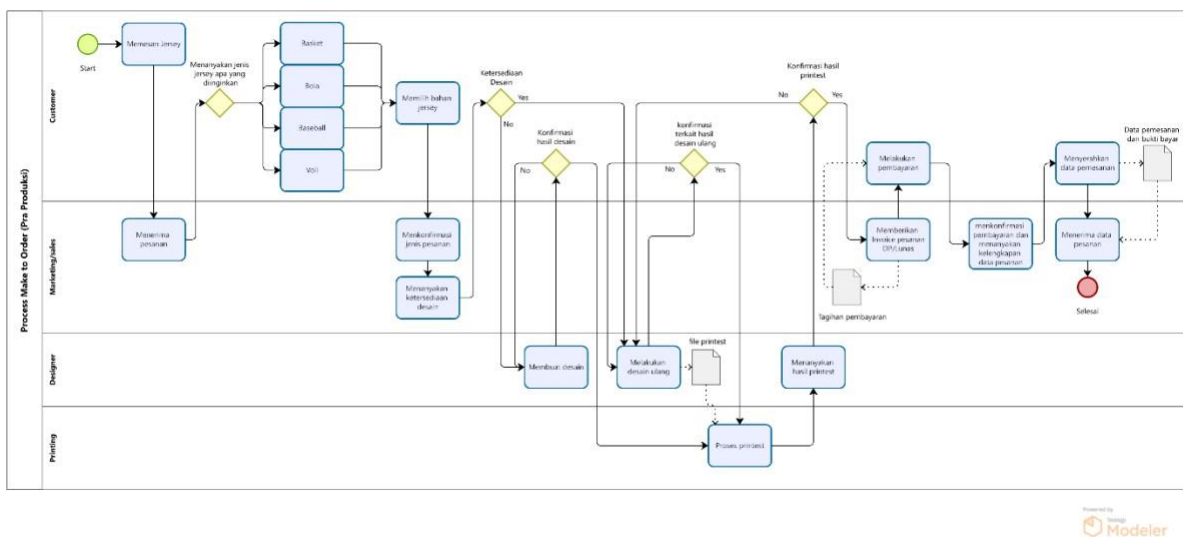
finishing dimana bertanggung jawab dalam proses final dan *packaging*.

5.4.2 Analisis Proses Bisnis Usulan

Setelah menyusun dan merancang struktur organisasi sesuai dengan keinginan *owner*, peneliti melanjutkan dengan membuat proses bisnis dimana terdapat tiga proses bisnis yaitu *Make to order*, *make to stock*, dan *reseller*, dimana peneliti menggunakan *Bussines Process Modeling Notation* untuk menggambarkan proses bisnis usulan.

- 1) Untuk proses yang pertama adalah proses *Make to Order* dimana proses ini bertujuan untuk membuat suatu produk sesuai dengan pesanan, yang mana terdapat dua definisi produk yang digunakan adalah *standart product* dan *custom product* (Tarigan, 2005). Berikut adalah gambaran dan simulasi BPMN menggunakan Bizagi Modeler.

1. Pra produksi



Gambar 5. 1 Proses *Make to Order* pra produksi menggunakan Bizagi Modeler.

Dengan perhitungan sebulan bekerja dalam 26 hari dengan 8 jam waktu kerja dalam sehari, dan penjabaran jumlah *resource* seperti berikut:

Tabel 5. 1 Jumlah *resource* pada pra produksi *Make to Order*.

No	Nama	Jumlah	Satuan
1	Customer	10	Orang
2	Marketing/sales	2	Orang
3	Designer	1	Orang
4	Printing	3	Orang

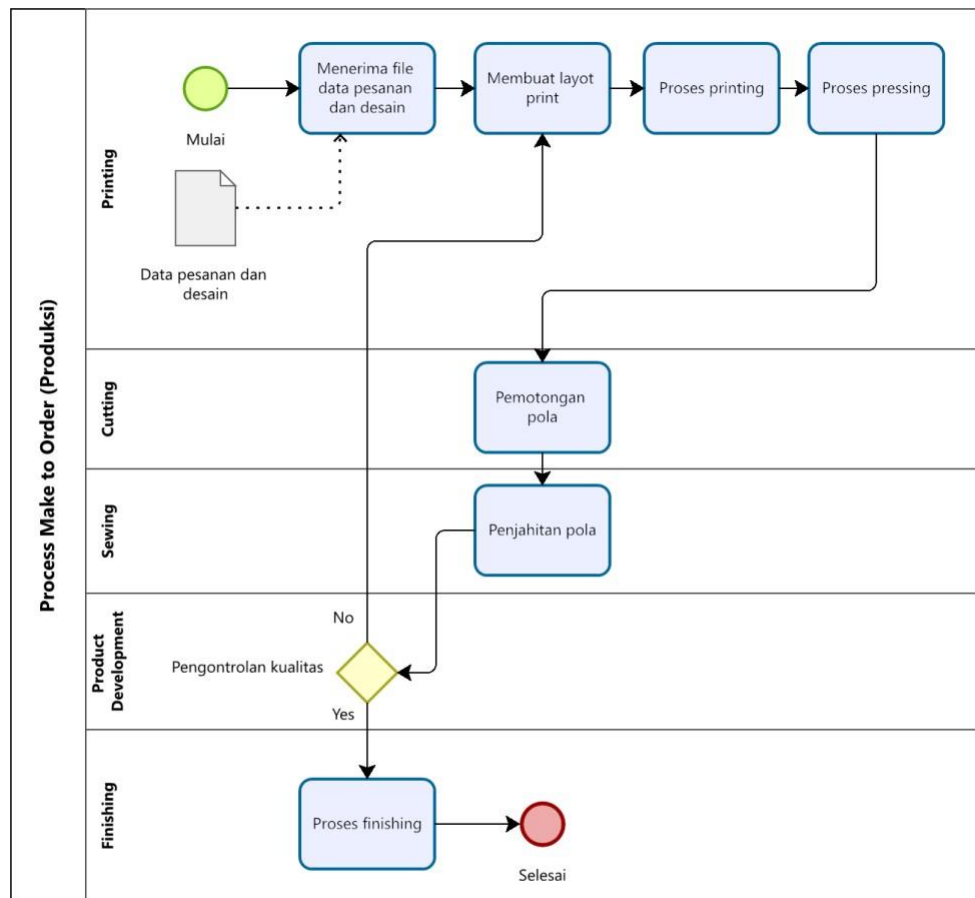
Dengan hasil simulasi sebagai berikut:

Scenario information											
Name		Scenario 1									
Time unit		Minutes									
Duration		022,00:00:00									
Name	Type	Instances completed	Instances started	Min. time	Max. time	Avg. time	Total time	Min. time waiting resource	Max. time waiting resource	Avg. time waiting for resource	
Process Make to Order (Pra Produksi)	Process	10	10	1d 8h 11m	2d 13h 21m	1d 19h 6m 30s	17d 23h 5m				
Start	Start event	10									
Memesan Jersey	Task	10	10	5m	5m	5m	50m	0	0	0	
Menerima pesanan	Task	10	10	5m	5m	5m	50m	0	0	0	
Menanyakan jenis Jersey apa yang diinginkan	Gateway	10	10								
Basket	Task	7	7	1m	1m	1m	7m	0	0	0	
Boia	Task	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Baseball	Task	1	1	1m	1m	1m	1m	0	0	0	
Voil	Task	2	2	1m	1m	1m	2m	0	0	0	
Memilih bahan jersey	Task	10	10	1h	1h	1h	10h	0	0	0	
Menkonfirmasi jenis pesanan	Task	10	10	5m	5m	5m	50m	0	0	0	
Menanyakan ketersediaan desain	Task	10	10	5m	5m	5m	50m	0	0	0	
Ketersediaan Desain	Gateway	10	10								
Membuat desain	Task	12	12	4h	4h	4h	2d	0	0	0	
Konfirmasi hasil desain	Gateway	12	12								
Melakukan desain ulang	Task	24	24	4h	4h	4h	4d	0	0	0	
konfirmasi terkait hasil desain ulang	Gateway	24	24								
Proses printtest	Task	19	19	30m	30m	30m	9h 30m	0	0	0	
Menanyakan hasil printtest	Task	19	19	5m	5m	5m	1h 35m	0	0	0	
Konfirmasi hasil printtest	Gateway	19	19								
Memberikan Invoice pesanan DP/Lunas	Task	10	10	5m	5m	5m	50m	0	0	0	
Melakukan pembayaran	Task	10	10	2h	2h	2h	20h	0	0	0	
menkonfirmasi pembayaran dan menanyakan kelengkapan data pesanan	Task	10	10	5m	5m	5m	50m	0	0	0	
Menyerahkan data pemesanan	Task	10	10	1d	1d	1d	10d	0	0	0	
Menerima data pesanan	Task	10	10	5m	5m	5m	50m	0	0	0	
Selesai	End event	10									

Gambar 5. 2 Hasil simulasi proses pra produksi.

Dimana hasil simulasi ini menghasilkan input dan output yang sama yaitu 10, serta tidak adanya waktu tunggu bagi *customer* untuk melakukan pemesanan, untuk waktu pada proses ini memiliki waktu tercepat yaitu 1 hari 8 jam 11 menit, untuk waktu terlama yaitu 2 hari 13 jam 21 menit, dan memiliki rata-rata waktu 1 hari 19 jam 6 menit untuk menyelesaikan proses diatas, serta memiliki total waktu sebanyak 17 hari 23 jam 5 menit.

2. Produksi



Powered by
bizagi
Modeler

Gambar 5. 3 Proses produksi *Make to Order* menggunakan Bizagi Modeler.

Dengan perhitungan sebulan bekerja dalam 26 hari dengan 8 jam waktu kerja dalam sehari, dan penjabaran jumlah *resource* seperti berikut:

Tabel 5. 2 Jumlah *Resorce* pada *make to order* produksi.

No	Nama	Jumlah	Satuan
1	<i>Printing</i>	3	Orang
2	<i>Cutting</i>	2	Orang
3	<i>Sewing</i>	5	Orang
4	<i>Finishing</i>	2	Orang
5	<i>Product Development</i>	2	Orang

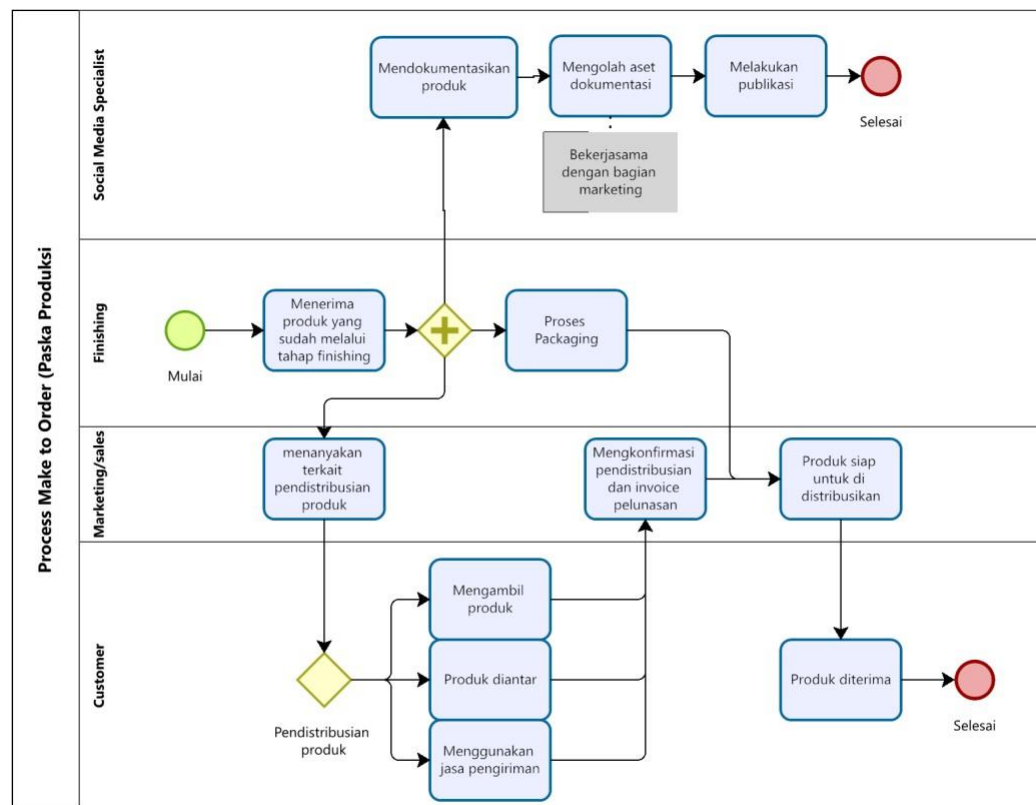
Dengan hasil simulasi sebagai berikut:

Scenario information										
Name		Scenario 1								
Time unit		Minutes								
Duration		026,00:00:00								
Name	Type	Instances completed	Instances started	Min. time	Max. time	Avg. time	Total time	Min. time waiting resource	Max. time waiting resource	Avg. time waiting for resource
Process Make to Order (Produksi)	Process	10	10	1d 22h 30m	3d 12h 30m	2d 9h 54m	24d 3h			
Mulai	Start event	10								
Menerima file data pesanan dan desain	Task	10	10	30m	30m	30m	5h	0	0	0
Membuat layot print	Task	13	13	6h	6h	6h	3d 6h	0	0	0
Proses printing	Task	13	13	4h	4h	4h	2d 4h	0	0	0
Proses pressing	Task	13	13	4h	4h	4h	2d 4h	0	0	0
Pemotongan pola	Task	13	13	8h	8h	8h	4d 8h	0	0	0
Penjahitan pola	Task	13	13	16h	16h	16h	8d 16h	0	0	0
Pengontrolan kualitas	Gateway	13	13							
Proses finishing	Task	10	10	8h	8h	8h	3d 8h	0	0	0
Selesai	End event	10								

Tabel 5. 3 Hasil simulasi proses produksi.

Dimana hasil simulasi ini menghasilkan *input* dan *output* yang sama yaitu 10 dengan asumsi 1 orderan 12 pcs *Jersey*, serta tidak adanya waktu tunggu bagi produk untuk dilakukan proses selanjutnya, untuk waktu pada proses ini memiliki waktu tercepat yaitu 1 hari 22 jam 30 menit, untuk waktu terlama yaitu 3 hari 12 jam 30 menit, dan memiliki rata-rata waktu 2 hari 9 jam 54 menit untuk menyelesaikan proses diatas, serta memiliki total waktu sebanyak 24 hari 3 jam.

3. Pasca produksi



Powered by
bizagi
Modeler

Gambar 5. 4 Proses paska produksi *Make to Order* menggunakan Bizagi Modeler.

Dengan perhitungan sebulan bekerja dalam 26 hari dengan 8 jam waktu kerja dalam sehari, dan penjabaran jumlah *resource* seperti berikut:

Tabel 5. 4 Jumlah *resorce* pada *make to order* paska produksi.

No	Nama	Jumlah	Satuan
1	<i>Social Media Specialist</i>	2	Orang
2	<i>Finishing</i>	2	Orang
3	<i>Marketing/sales</i>	2	Orang
4	<i>Customer</i>	10	Orang

Dengan hasil simulasi sebagai berikut:

Scenario information										
Name	Scenario 1									
Time unit	Minutes									
Duration	026.00:00:00									
Name	Type	Instances completed	Instances started	Min. time	Max. time	Avg. time	Total time	Min. time waiting resource	Max. time waiting resource	Avg. time waiting for resource
Process Make to Order (Paska Produksi)	Process	10	10	9h 5m	9h 5m	9h 5m	6d 6h 50m			
Mulai	Start event	10								
Menerima produk yang sudah melalui tahap finishing	Task	10	10	5m	5m	5m	50m	0	0	0
ParallelGateway	Gateway	10	10							
Proses Packaging	Task	10	10	4h	4h	4h	1d 16h	0	0	0
Mendokumentasikan produk	Task	10	10	4h	4h	4h	1d 16h	0	0	0
Mengolah aset dokumentasi	Task	10	10	4h	4h	4h	1d 16h	0	0	0
Melakukan publikasi	Task	10	10	1h	1h	1h	10h	0	0	0
Selesai	End event	10								
menanyakan terkait pendistribusian produk	Task	10	10	30m	30m	30m	5h	0	0	0
Pendistribusian produk	Gateway	10	10							
Produk diantar	Task	5	5	0	0	0	0	0	0	0
Mengambil produk	Task	2	2	0	0	0	0	0	0	0
Menggunakan jasa pengiriman	Task	3	3	0	0	0	0	0	0	0
Mengkonfirmasi pendistribusian dan invoice pelunasan	Task	10	10	30m	30m	30m	5h	0	0	0
Produk siap untuk di distribusikan	Task	20	20	30m	30m	30m	10h	0	0	0
Produk diterima	Task	20	20	0	0	0	0	0	0	0

Gambar 5. 5 Hasil simulasi paska produksi

Dimana hasil simulasi ini menghasilkan input dan output yang sama yaitu 10 dengan asumsi 1 orderan 12 pcs *Jersey*, serta tidak adanya waktu tunggu bagi produk untuk dilakukan proses selanjutnya, untuk waktu pada proses ini memiliki waktu tercepat dan terlama sama yaitu 9 jam 5 menit, serta memiliki total waktu sebanyak 6 hari 6 jam 50 menit.

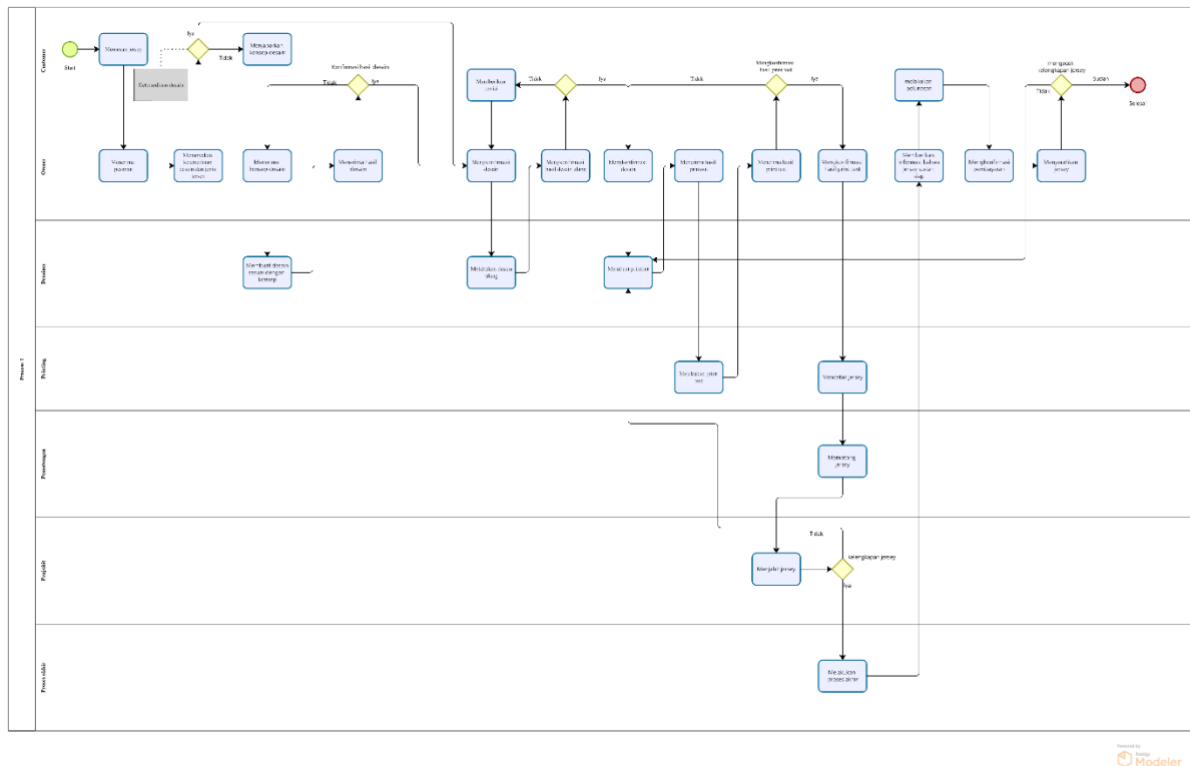
Dimana pada proses *Make to order* dimulai dengan adanya *customer* yang menginginkan untuk membuat *Jersey*, kemudian dilayani divisi *Marketing and Sales* kemudian diarahkan untuk memilih *Jersey* apa yang akan dibuat dan bahan apa yang akan digunakan, setelah proses pemesanan selesai divisi *Marketing and Sales* menanyakan ketersediaan desain, dan mengalihkan customer ke divisi *Reaserch and Development* bagian *Design* untuk melakukan redesain dan tes *print* untuk mendapatkan sample untuk kesesuaian warna kepada *customer* jika *customer* sudah menyetujui maka proses berlanjut ke proses selanjutnya yaitu proses perencanaan dimana divisi *Reaserch and Development* bagian

olahraga yang diinginkan oleh target pasar, setelah dilakukan riset bagian *Product Development* menjabarkan spesifikasi dan memberikan datanya kepada bagian *Design* untuk divisualisasikan, kemudian bagian *Production Planning and Inventory Control* membuat rancangan produksi sesuai dengan spesifikasi yang telah diberikan dan menyerahkannya kepada divisi Finansial untuk dinilai kelayakan dan mengecek apakah dana yang ada pada perusahaan cukup untuk dilakukan atau tidak, bersamaan dengan itu divisi *Marketing and Sales* juga membuat rancangan pemasaran dan berkoordinasi dengan divisi *Research and Development* terkait produk yang akan diproduksi, lalu menyerahkannya kepada divisi *Finansial* untuk dinilai kelayakan dan kecukupan dana perusahaan, kemudian kedua rancangan tersebut diberikan kepada pemilik untuk persetujuan terkait pembuatan produk, jika rancangan telah disetujui maka divisi *Research and Development* menyempurnakan desain produk sesuai dengan spesifikasi yang telah dirancang dan melakukan *print test*, kemudian membuat *layout print* dan diberikan kepada divisi *Production* untuk dilakukan proses produksi namun sebelum memasuki tahap *finishing* produk di cek kembali oleh bagian *Product Development* untuk menjaga kualitas produk, jika produk sudah lolos pada tahap ini dilanjutkan ke proses *finishing*, setelah dari proses ini terdapat dua *output* dimana yang pertama ialah produk diberikan kepada divisi *Social Media Specialist* untuk mendokumentasikan dan mengolah konten yang akan dipublikasikan, selain itu untuk output kedua berada pada divisi *Marketing and Sales* untuk memasarkan produk dan menyimpannya di gudang perusahaan.

- 3) Proses ketiga ialah Reseller, dimana proses ini menjual kembali barang/produk dengan komisi yang telah ditentukan sendiri atau dari *supplier*, namun harus membeli produk tersebut terlebih dahulu dari *supplier* (syafii, 2013). Dimana prosesnya seperti berikut:

5.4.3 Perbandingan hasil

Dimana gambar dibawah ini adalah proses produksi yang ada saat ini.



Gambar 5. 8 Proses produksi awal

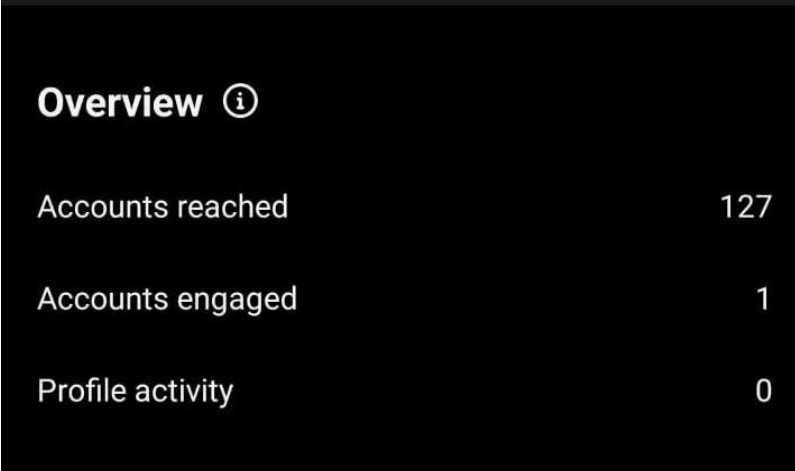
Dengan perhitungan sebulan bekerja dalam 26 hari dengan 8 jam waktu kerja dalam sehari, dan penjabaran jumlah *resource* seperti berikut:

Tabel 5. 5 Jumlah resource pada proses produksi

No	Nama	Jumlah	Satuan
1	<i>Owner</i>	1	Orang
2	<i>Designer</i>	1	Orang
3	<i>Printing</i>	2	Orang
4	<i>Cutting</i>	1	Orang
5	<i>Sewwing</i>	3	Orang
6	<i>Finishing</i>	1	Orang
4	<i>Customer</i>	10	Orang

Dari hasil simulasi didapatkan hasil yang sangat berbeda jauh dari usulan, dimana pada proses awal memiliki waktu tunggu terlama pada bagian pembuatan *printout* dengan waktu rata-rata 1 hari 21 jam 26 menit, dari hasil simulasi dari 10 customer hanya dapat menyelesaikan 5 customer.

Perbandingan hasil simulasi antara usulan dengan yang sudah berjalan terlihat perbedaannya secara drastic dimana pada usulan tidak adanya waktu tunggu dan dapat menyelesaikan 10 pelanggan dalam sebulan, sedangkan hasil simulasi dengan skema yang sudah ada dengan diterapkannya 8 jam kerja dalam sehari dan bekerja dalam waktu 26 hari hanya dapat menyelesaikan 5 customer. Hal ini sesuai dengan yang terjadi dilapangan dimana jam kerja tidak terbatas dan hal ini menjadi keluhan para operator karena jam dan hari kerja tidak menentu, tentu saja hal ini juga mempengaruhi finansial Perusahaan dimana harus memberikan hak lembur kepada operator. Selain produksi, pemilik juga menginginkan dimana usahanya berkembang untuk membuka store dengan harapan pendapatan perbulan 300 – 400 juta dalam sebulan, rancangan ini sudah berjalan meskipun perlahan dimana divisi *Social Media Specialist* sudah diperjalankan dengan perbedaan *insigt* pada akun media social seperti gambar dibawah



Overview ⓘ	
Accounts reached	127
Accounts engaged	1
Profile activity	0

Gambar 5. 9 Overview Instagram 333 Jersey

Gambar di atas adalah overview salah satu postingan sebelum adanya divisi *Social Media Specialist* dengan jumlah *Accounts reached* sebanyak 127, *Account engaged* sebanyak 1 *Account*, dan tidak ada yang mengunjungi profile dari postingan ini dengan presentase sebagai berikut



Gambar 5. 10 *Reach Instagram 333 Jersey*

Dan berikut adalah *Insight Instagarm* setelah adanya *Divisi Social Media Specialist*.

Overview ⓘ

Accounts reached	451
Accounts engaged	17
Profile activity	18

Gambar 5. 11 *Overview Instagram 333 Jersey*

Dimana hasil *overview* ini memiliki perbedaan yang sangat jauh dengan angka 451 *Accounts reached*, 17 *Accounts engaged*, dan 18 kunjungan profile dimana memiliki presentase sebagai berikut:



Gambar 5. 12 *Reach Instagram 333 Jersey*

Dengan hasil tersebut pemilik usaha ini semakin percaya diri untuk terus mengembangkan usahanya tidak hanya dengan meningkatkan kualitas produk namun juga meningkatkan kualitas konten agar semakin banyak calon pembeli yang melirik dan mengetahui usahanya, karena selama ini pemilik hanya fokus dengan Instagram saja dan itupun hanya berfokus pada kuantitas konten tanpa memperhatikan kualitas konten.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah seperti berikut:

1. Struktur organisasi pada UMKM 333 *Jersey* ini dirancang menggunakan *Design Thinking* berdasarkan dengan keinginan pemilik. Dimana terdapat tiga usulan struktur bisnis pada tahap *ideate* dan pemilik memilih salah satu yang dirasa relevan dan cocok dengan usahanya saat ini, yaitu struktur dengan lima divisi dan dikepalai langsung oleh *owner*, beberapa divisi memiliki bagian dibawahnya guna memetakan tugas dan wewenang dari tiap bagian.
2. Perancangan dan penyusunan proses bisnis pada UMKM 333 *Jersey* dilakukan berdasarkan hasil dari struktur organisasi yang telah ditentukan, dimana terdapat tiga proses bisnis utama pada 333 *Jersey* yaitu *Make to order*, *Make to stock*, dan *Reselling*. Dimana pemilik ingin mengembangkan usahanya dari yang awalnya hanya membuat *Jersey* untuk kebutuhan pelanggan menjadi penyedia kebutuhan olahraga terlengkap di Yogyakarta.

6.2 Saran

6.2.1 Bagi Perusahaan

Berdasarkan penelitian ini, saran yang dapat diberikan kepada UMKM 333 *Jersey* ialah:

1. Usulan struktur organisasi dan proses bisnis yang telah dibuat menggunakan *Business Process Modeling Notation* sebaiknya diterapkan dengan baik dan disiplin di dalam UMKM 333 *Jersey* untuk mencapai tujuan yaitu memiliki alur proses bisnis yang jelas sesuai dengan kebutuhan perusahaan.
2. UMKM 333 *Jersey* perlu mengevaluasi secara berkala terkait struktur maupun proses bisnis yang diusulkan, hal ini dikarenakan usulan yang diberikan belum melalui tahap tes untuk memvalidasi usulan sudah sesuai apa yang diharapkan atau belum.

6.2.2 *Bagi Penelitian Selanjutnya*

Berdasarkan penelitian ini, saran yang dapat diberikan kepada penelitian selanjutnya adalah:

1. Pengumpulan data perlu dilakukan dalam jangka waktu yang lebih lama dan berulang ulang pada tahap *emphatize* agar hasil data yang diperoleh lebih baik.
2. Penelitian selanjutnya harus mengikutsertakan tahapan test sebagai bahan evaluasi dari *prototype* yang ada, karena test dapat membantu memvalidasi *prototype* yang dibuat apakah sudah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan user atau belum.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulhafizh, L. G., & Djatiprambudi, D. (2020). PERANCANGAN COMPANY PROFILE JURUSAN DESAIN UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA. *Jurnal Barik, Vol. 1 No.1*.
- Aghion, P., & Howitt, P. (1992). A Model of Growth through Creative Destruction. *Econometrica*.
- Ambrose, Gavin, & Harris, P. (2010). Design Thinking. *AVA Publishing*, 12.
- BPMN. (2008). *The Business Process Modeling Notation*. Poket Handbook by Briol Patrice.
- Brown, T. (2008). Design Thinking. *Harvard Business Review*.
- Brown, T. (2009). Change by Design: How *Design Thinking* Transforms Organizations and inspires Innovation. . *In Markets, Globalization & Development Review*.
- Brue, G. (2002). Six Sigma for Manager. *Canary*.
- Brunetto, S. K. (2018). *Medium: When to use Design Thinking and when NOT to?* Diambil kembali dari Medium: <https://sebastiankummetzbrunetto.medium.com/intro-to-design-thinking-when-touse-it-and-when-not-to-basic-principles-and-the-process-f3970768152c>
- Child, J. (1972). Organisation Structure, Environment and Performance: The Role of Strategic Choice. *Sociology* .
- DIY, D. K. (2023, Januari). *Ladaku*. Diambil kembali dari Sibakul Jogja: <https://sibakuljogja.jogjaprov.go.id/ladaku>
- Dzikrillah, N., Purba, H. H., Suwazan, D., & Wahjoedi, N. (2016). PENGENDALIAN PERSEDIAAN MELALUI PENENTUAN PRODUK STRATEGI. *SOSIO-E-KONS*.
- Fatah, A. A., & Gunawan, C. E. (2022). PEMODELAN PROSES BISNIS PERBAIKAN SERVER MENGGUNAKAN BUSINESS PROCESS MODELING AND NATION (BPMN) PADA PT. PLN (PERSERO) UIP3BS UPT PALEMBANG. *PROSIDING SEMINAR NASIONAL*.
- Fatkhurrohman, A., & Subawa. (2016). Penerapan Kaizen Dalam Meningkatkan Efisiensi dan Kualitas Produk pada Bagian Banbury PT Bridgestone Tire Indonesia. *Jurnal Administrasi Kantor*.

- Fauzi, A. H., & Sukoco, I. (2019). KONSEP DESIGN THINKING PADA LEMBAGA BIMBINGAN BELAJAR SMARTNESIA EDUCA. *ORGANUM : JURNAL SAINTIFIK MANAJEMEN & AKUNTANSI*.
- Ferdiansyah, H. (2011). Usulan Rencana Perbaikan Kualitas Produk Penyangga Duduk Jok Sepeda Motor Dengan Pendekatan Metode Kaizen di PT. Ekaprasarana. *Jurnal Manajemen*.
- Firdaus, A. (2022). PEMODELAN PROSES BISNIS KONVEKSI DI TASIKMALAYA DENGAN BUSINESS PROSES MODEL AND NOTATION (BPMN). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital (MINISTAL)*.
- Fischer, M., Imgrund, F., Janiesch, C., & Winkelmann, A. (2020). Strategy archetypes for digital transformation: Defining meta objectives using business process management. *Information & Management*.
- Gaspersz, V. (2007). *Lean Six Sigma for Manufacturing and Service Industries*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Gibson, J. L., Ivancevich, Donnelly Jr, J. M., & James, H. (1996). *Organisasi: Perilaku Struktur, Proses jilid 1 dan jilid 2*. Tangerang: BINARUPA AKSARA.
- Gunasekaran, & Kobu. (2002). Modeling and Analysis of Business Proses Reengineering. *Int. J. Proud. res.*
- Handoyo, A. (2023, Januari 17). *Transformasi Bisnis dalam Divisi Finance dan Accounting*. Diambil kembali dari Daya: <https://www.daya.id/usaha/artikel-daya/pengembangan-diri/transformasi-bisnis-pentingnya-transformasi-dalam-divisi-finance-dan-accounting-untuk-usaha-anda>
- Harmon, P. (2003). *Business Process Change*. United States: Katey Birtcher.
- Heizer, J., & Barry, R. (2005). *Manajemen Operasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Heryani, H., Yanti, N. R., Irawansyah, H., Wiranda, N., & Baskara, A. R. (2024). DESIGN A BUSINESS MODEL FOR START-UP DEVELOPMENT OF DOWNSTREAM WETLAND PRODUCT BASED ON DESIGN THINKING. *EARTH AND ENVIRONMETAL SCIENCE*.
- Hoten, H. V., Kusuma, S. M., & Nurbati. (2019). Analisa Pengaruh Pengurangan Manpower pada Proses Produksi Jembatan Kereta Api Type WTT 46,5 di PT. XYZ. *Jurnal Rekayasa Mekanik Vol.3*.

- Ingle, B. R. (2013). *Design Thinking for entrepreneurs and small business: putting the power of design to work*. New York: Springer Science and Business Media New York.
- Kotler, P., & Garry, A. (2008). *Prinsip Prinsip Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Prenhallindo.
- Krolikowski, K. A., Bi, M., Baggott, C. M., Khorzad, R., Holl, J. L., & Kruser, J. M. (2022). *Design Thinking to improve healthcare delivery in the intensive care unit: promise, pitfalls and lesson learned*. *Journal of Critical Care*.
- Kurniawaty, H. (2016). Total Factor Productivity (TFP) Industri Tekstil dan Produk Tekstil (TPT) di Indonesia Tahun 2005-2009. *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*.
- Kusdi. (2009). *Teori Organisasi dan Administrasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Kusdi. (2009). *Teori Organisasi dan Administrasi*.
- Lazuard, M. L. (2019). *Design Thinking david kelley & tim brown: otak dibalik penciptaan aplikasi gojek*. *Jurnal saintifik manajemen dan akuntansi*, 1-11.
- Madanih, R., Susandi, M., & Zhafira, A. (2019). PENERAPAN *DESIGN THINKING* PADA USAHA PENGEMBANGAN BUDI DAYA IKAN LELE DI DESA PABUARAN, KECAMATAN GUNUNG SINDUR, KABUPATEN BOGOR. *BASKARA*.
- Markham, S., & Lee, H. (2013). Product Development and Management Association's 2012 comparative performance assesment study. *Journal of product innovation management*, 408-429.
- O'Keefe, B. (2017, December 22). *Fortune: How IBM is training its workforce to think like designers*. Diambil kembali dari Fortune Web site: <https://fortune.com/2017/12/22/ibm-design-thinking>
- Orton, K. (2017, Maret 29). *Medium: Desirability, Feasibility, Viability: The Sweet Spot for Innovation*. Diambil kembali dari Medium: <https://medium.com/innovation-sweet-spot/desirability-feasibility-viability-the-sweet-spot-for-innovation-d7946de2183c>
- Pande, P. S., Robert, P. N., & Ronald, R. C. (2002). *The Six Sigma Way*. New York City: McGraw-Hill.
- Paramitha, P. D. (2012). Penerapan Kaizen Dalam Peusahaan. *Jurnal Manajemen*.
- Picano, C. T., & Dos Santos, S. C. (2022). Promoting Collaboration and Creativity in Process Improvement: A Proposal based on *Design Thinking* and Gamification. *SCITEPRESS*.
- Plattner, H. (2010). *An Introduction to Design Thinking: Process Guide*. Hasso Plattner Institute of Design.

- Putri, N. A. (2017). ANALISIS PROSES BISNIS PADA PERCETAKAN BHINEKA RIYANT. *UDINUS JURNAL*.
- Rabbani, A. R., Muftiadi, A., & Sukoco, I. (2021). PENERAPAN *DESIGN THINKING* TERHADAP USAHA BAJU DI TOKO SETAL PANGKALPINANG DENGAN MENGGUNAKAN WEBSITE SEBAGAI SALAH SATU SOLUSI. *RAINSTEK : JURNAL TERAPAN SAINS & TEKNOLOGI*.
- Ramdhani, M. A. (2015). PEMODELAN PROSES BISNIS SISTEM AKADEMIK MENGGUNAKAN PENDEKATAN BUSINESS PROCESS MODELLING NOTATION (BPMN) . *Jurnal Informasi*.
- Rifai, Z., Bratakusuma, T., Afiana, F. N., Oktaviana, L. D., & Yunita, I. R. (2021). PEMODELAN PROSES BISNIS DENGAN BPMN UNTUK KEBUTUHAN IMPLEMENTASI ERP DI CV INDOCOCO PASIFIC. *Jurnal Pro Bisnis Vol. 14*.
- Robbins, P. S. (2003). Perilaku Organisasi. *Index*.
- Roth, K., Globocnik, D., Rau, C., & Neyer, A.-K. (2020). Living up to the expectations: The effect of *Design Thinking* on project success. *Creativity and Innovation Management*.
- Saputra, T. A. (2016). Implementasi *Design Thinking* Dalam Membangun Inovasi Model Bisnis Perusahaan Percetakan. *Petra Publication*, 1.
- Saputro, D. T. (2021). PEMBUATAN PROSES BISNIS PERSIAPAN MATERIAL UNTUK PRODUKSI DENGAN BUSINESS PROCESS MODELING NOTATION (BPMN) DI PABRIK GENERATOR SETS PT. ABC. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*.
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM SEBAGAI PILAR MEMBANGUN EKONOMI BANGSA. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*.
- Sari, I. P. (2020). Implementasi metode pendekatan *Design Thinking* dalam pembuatan aplikasi Happy Class diKampus UPI Cibiru. *Jurnal pendidikan multimedia*, 45-55.
- Savitrie, R. A. (2015). ANALISIS TINGKAT KINERJA PROSES PRODUKSI BERDASARKAN KETEPATAN WAKTU PENYELESAIAN PRODUKSI MENGGUNAKAN TEKNIK PENGGALIAN PROSES PADA DIVISI PRODUKSI PT. FARMASI. *Institut Teknologi Sepuluh Nopember*.
- Setyawan, I., Daihani, D. U., & Kisowo, I. (2022). PENGEMBANGAN MODEL BISNIS UMKM VIA LAUNDRY AND SHOP DENGAN PENDEKATAN *DESIGN THINKING* PADA MASA PANDEMI COVID-19. *Jurnal Teknik Industri*.

- Shute, V. J. (2014). What is *Design Thinking* and Why Is It Important? *Review of Educational Research*.
- Smalley, A., & Kato, I. (2011). *Toyota Kaizen Methods*. Jakarta: Gradien Meditama.
- Station, B. (2021). *What Are the Responsibilities of a Social Media Marketing Specialist?* Diambil kembali dari BrainStation: <https://brainstation.io/career-guides/what-does-a-social-media-specialist-do>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- syafii, A. (2013). *Step by step bisnis dropphipping dan reseller*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Tarigan, Z. J. (2005). PERANCANGAN PENJUALAN DAN PERENCANAAN PRODUKSI YANG TERINTEGRASI DENGAN MENERAPKAN TEKNOLOGI ENTERPRISE RESOURCE PLANNING. *JURNAL TEKNIK INDUSTRI*.
- Thompson, V. A. (1965). Bureaucracy and innovation. *Administrative science quarterly*.
- Tucker, M., David, C., Tahira, R., & Anna-maria, M. (2021). A CONCEPTUAL MODEL FOR INTEGRATING *DESIGN THINKING* AND LEAN STARTUP METHODS INTO THE INNOVATION PROCESS. *INTERNATIONAL CONFERENCE ON ENGGINERING DESIGN*.
- Utomo, T. N. (2015). Konsep pembelajaran *Design Thinking* dan business model canvas pada perancangan produk furnitur. *Dimensi Interior*, 55-62.
- Van de Ven, A. H. (1976). Determinants of coordination modes whithin organization. *American sociological review*.
- Vasilieva, E. V., & Tochilkina, T. E. (2019). *DESIGN THINKING AND PROCESS TRANSFORMATION: SYNERGY OF THESE APPROACHES*. *ICID-2019 Conference*.
- Wati, K. A. (2020). Aktivitas Social Media Specialist dalam Meningkatkan Engagement Klien Daihatsu Indonesia di Neo Digital Agency. *Digital Library*.
- Yunus, I. (2021). STRATEGI PEMASARAN INDUSTRI KONVEKSI MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT. *ECOBUSS*.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Draft Pertanyaan

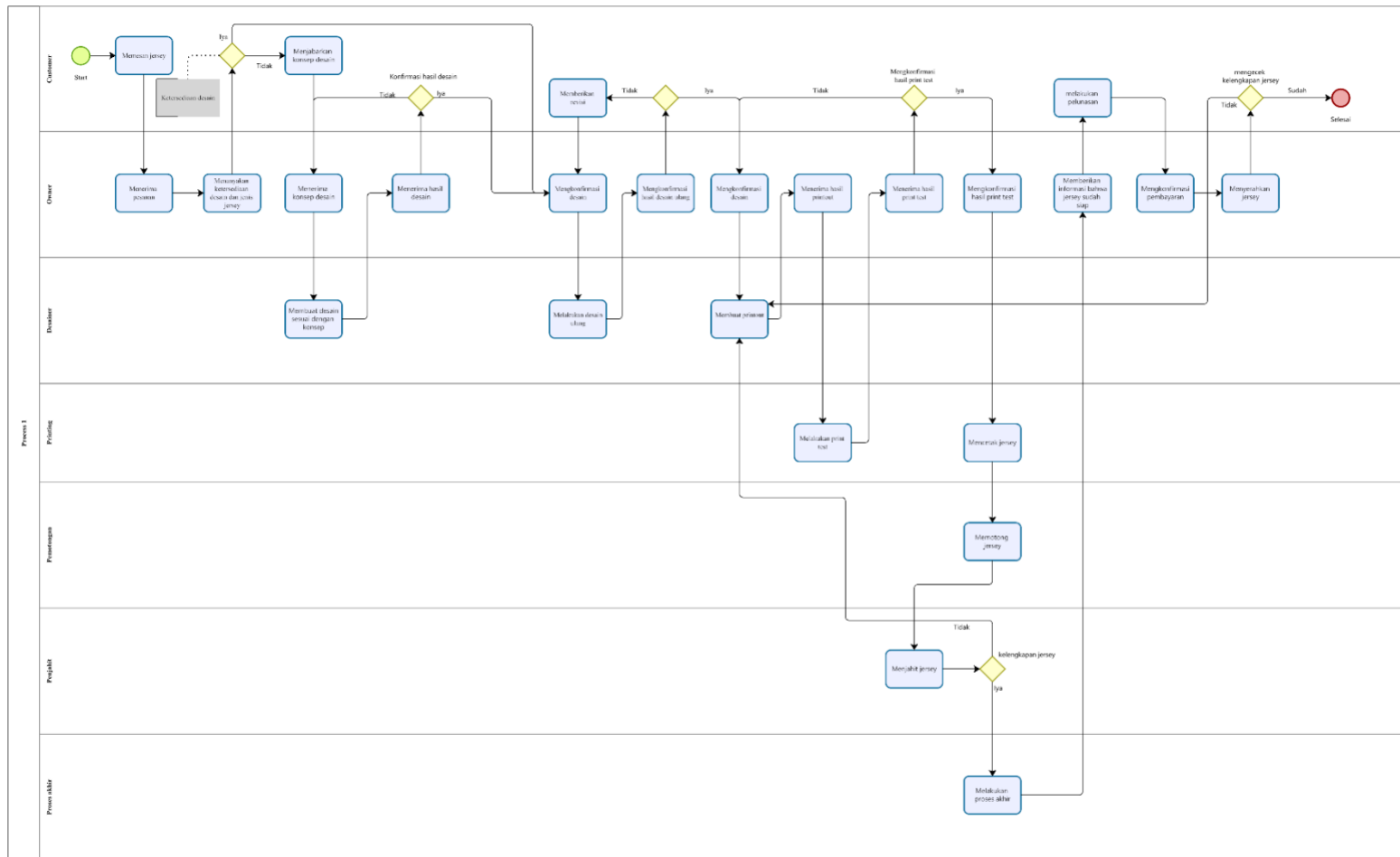
No	Pertanyaan	<i>Insight yang digali</i>
1	Apakah perlu adanya struktur organisasi dalam bisnis Anda?	<i>Insight</i> untuk <i>Empathy Map</i> , apa yang user <i>Think and feel, hear, see</i> dan <i>Say & do</i> serta <i>Need To do</i>
2	Apakah struktur organisasi mempengaruhi proses bisnis Anda?	<i>Insight</i> untuk <i>Empathy Map</i> , apa yang user <i>Think and feel, hear, see</i> dan <i>Say & do</i> serta <i>Need To do</i>
3	Bagaimana struktur organisasi yang ada sekarang?	<i>Insight</i> untuk <i>Empathy Map</i> , apa yang user <i>Think and feel, hear, see</i> dan <i>Say & do</i> serta <i>Need To do</i>
4	Struktur organisasi seperti apa yang anda harapkan?	<i>Insight</i> untuk <i>Empathy Map</i> , apa yang user <i>Think and feel, hear, see</i> dan <i>Say & do</i> serta <i>Need To do</i>
5	Apa yang anda lakukan terhadap proses bisnis yang ada?	<i>Insight</i> untuk <i>Empathy Map</i> , apa yang user <i>Think and feel, hear, see</i> dan <i>Say & do</i> serta <i>Need To do</i>
6	Apa yang dirasa kurang dalam proses bisnis anda?	<i>Pain</i> (apa yang dirasa menyakitkan bagi user)
7	Apakah terdapat hal yang mengganggu atau membuat tidak nyaman terhadap struktur organisasi dan proses bisnis yang sudah ada?	<i>Pain</i> (apa yang dirasa menyakitkan bagi user)
8	Bagaimana gambaran struktur organisasi dan proses bisnis yang ideal menurut Anda?	<i>Gain</i> (apa yang diharapkan user)
9	Fasilitas apa yang dirasa perlu dalam membantu proses bisnis Anda?	<i>Gain</i> (apa yang diharapkan user)

Lampiran 2. Observasi



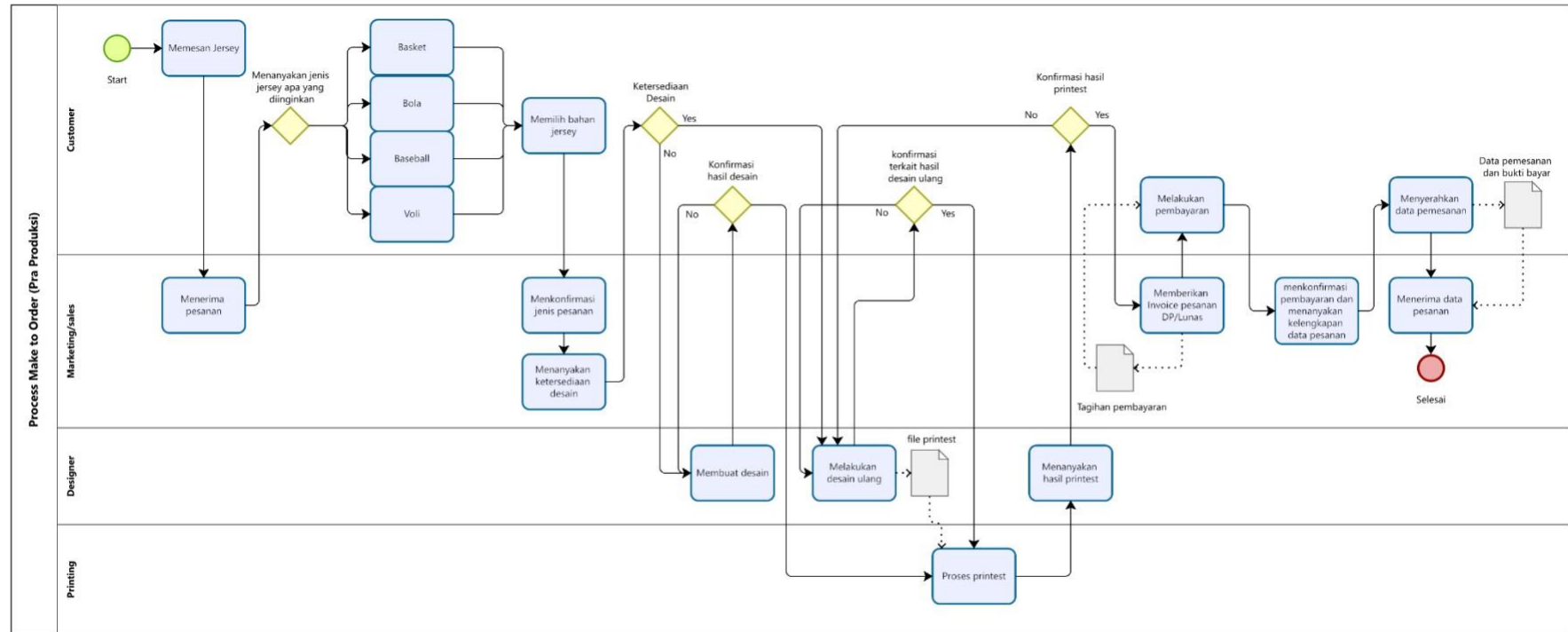


Proses produksi saat ini:

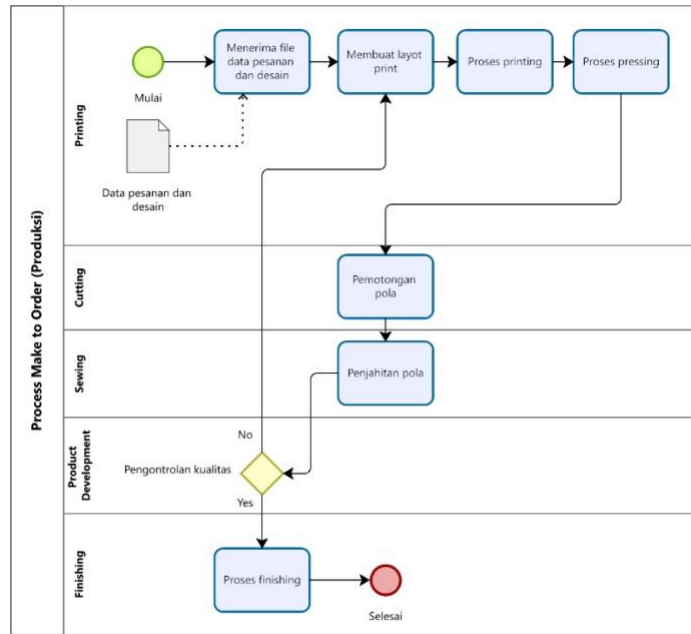


Proses produksi usulan terbagi menjadi 3 tahap

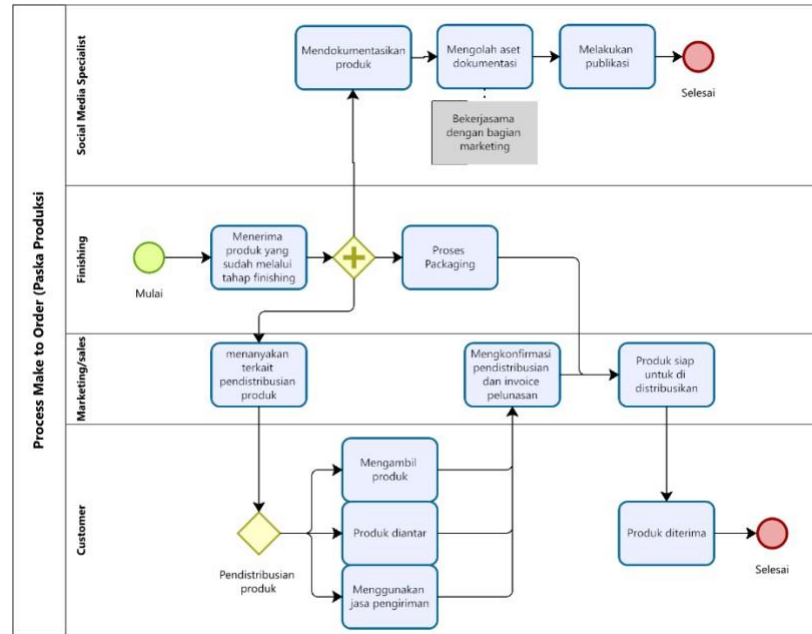
1. Pra produksi



2. Produksi dan paska produksi



Powered by banggi Modeler



Powered by banggi Modeler

Rancangan usulan untuk pembukaan store

