

LAPORAN TUGAS AKHIR PRAKTIK BISNIS
OFELIA: *UPCYCLED FABRIC ACCESSORIES*



Disusun Oleh:

Reny Widiastuti (23911044)

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2026

LAPORAN TUGAS AKHIR PRAKTIK BISNIS

OFELIA: *UPCYCLED FABRIC ACCESSORIES*

Disusun dan Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Akhir Guna Memperoleh Gelar
Magister Manajemen Konsentrasi Sumber Daya Manusia



Disusun Oleh:

Reny Widiastuti (23911044)

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2026

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN PRAKTIK BISNIS

OFELIA: *UPCYCLED FABRIC ACCESSORIES*

Diajukan oleh:

Reny Widiastuti

23911044

Telah disetujui oleh:

Yogyakarta, 15 Juni 2026

Dosen Pembimbing 1

A blue ink handwritten signature, appearing to be 'Zaenal Arifin', written in a stylized, cursive script.

Prof. Dr. Zaenal Arifin, M.Si.

Dosen Pembimbing 2

A black ink handwritten signature, appearing to be 'Majang Palupi', written in a stylized, cursive script.

Dr. Majang Palupi, BBA., MBA.

HALAMAN PENGESAHAN



Yogyakarta, _____

Telah diterima dan disetujui dengan baik oleh :

Dosen Penguji I

Prof. Dr. Zaenal Arifin, M.Si.

Dosen Penguji II

Dr. Majang Palupi, BBA., MBA.

Dosen Penguji III

Nur Annisa Rahmawati, ST., MM

**BERITA ACARA UJIAN
TUGAS AKHIR PRAKTIK BISNIS**

Pada hari Kamis tanggal 2 Juli 2026, Program Studi Magister Manajemen Fakultas Bisnis dan
Ekonomika Universitas Islam Indonesia telah mengadakan ujian tugas akhir yang disusun
oleh :

RENY WIDIASTUTI

No. MHS. : 23911044

Konsentrasi : Pengembangan Organisasi & SDM

Dengan Judul:

OFELIA: UPCYCLED FABRIC ACCESSORIES

Berdasarkan penilaian yang diberikan oleh Tim Penguji,
maka tugas akhir tersebut dinyatakan **LULUS**

Penguji I,



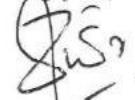
Prof. Dr. Zaenal Arifin, M.Si.

Penguji II,



Dr. Majang Palupi, BBA., MBA.

Penguji III,



Nur Annisa Rahmawati, ST., MM

Mengetahui

Ketua Program Studi Magister Manajemen,



Anjar Priyono, SE., M.Si., Ph.D

ABSTRAK

Ofelia merupakan *brand* yang menawarkan produk aksesoris terbuat dari limbah pakaian. Bisnis ini berupaya untuk menciptakan tren baru bagi perempuan untuk peduli terhadap isu lingkungan khususnya pakaian. Produk ini dipasarkan di beberapa platform digital seperti Whatsapp, Instagram, dan Shopee, juga bekerjasama dengan beberapa toko dengan sistem konsinyasi. Banyak sekali yang perlu ditingkatkan dalam proses ini, seperti variasi produk, pasar yang lebih fokus, maupun proses *marketing* yang lebih kreatif dan menyeluruh agar dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan agar lebih stabil dan meningkat. Tidak kalah penting Ofelia juga fokus pada kompensasi karyawannya sebagai salah satu wujud komitmennya menuju bisnis berkelanjutan dalam bentuk pemenuhan hak karyawan yang sebagian besar adalah *freelancer* melalui kompensasi finansial dan kompensasi non-finansial. Kompensasi finansial diwujudkan dalam bentuk gaji yang disepakati melalui diskusi mengenai jumlah dan waktu penggajian, dan transparansi sebagai bentuk tanggung jawab. Hal ini berpengaruh positif terhadap minimnya permasalahan mengenai sistem kerja, ketepatan waktu pengerjaan, dan karyawan lebih terbuka dalam mengkomunikasikan berbagai hal. Namun seiring berjalannya waktu gaji pokok perlu ditingkatkan, dan ditambah dengan bonus yang layak. Sedangkan kompensasi non-finansial diwujudkan dengan memberikan kesempatan untuk berkembang, menghargai pendapat, melibatkan dalam pengambilan keputusan yang wajar, dan memberikan fleksibilitas kerja. Hal ini juga berdampak positif bagi karyawan untuk terus semangat dalam belajar, merasa dihargai karena dilibatkan, dan memiliki otonomi terhadap pekerjaannya, baik berupa waktu, tempat, dan cara pengerjaannya. Namun kedepannya perlu diadakan pelatihan, mentoring, maupun apresiasi berupa hadiah. Ofelia memiliki peluang yang besar di masa mendatang, namun selain fokus pada sumber daya internal, Ofelia perlu lebih memperhatikan preferensi konsumen terhadap suatu produk agar Ofelia dapat dikenal dan diterima lebih luas lagi.

Kata Kunci: Kinerja Perusahaan, Kompensasi Finansial, Kompensasi Non-Finansial, Kinerja Karyawan, Motivasi Kerja, *Freelancer*, Industri Fashion

ABSTRACT

Ofelia is a brand that offers accessory products made from clothing waste. This business seeks to create a new trend for women to care about environmental issues, especially clothing. This product is marketed on several digital platforms like WhatsApp, Instagram, and Shopee, and also collaborates with several stores on a consignment basis. There are many areas for improvement in this process, such as product variety, a more focused market, and a more creative and comprehensive marketing process to stabilize and improve the company's financial performance. Of equal importance, Ofelia also focuses on employee compensation as a form of commitment towards sustainable business in the form of fulfilling employee rights, most of whom are freelancers, through financial and non-financial compensation. Financial compensation is realized in the form of a salary agreed upon through discussions regarding the amount and timing of payroll, and transparency as a form of accountability. This has positively impacted the reduction of issues regarding work systems, the punctuality of work, and employees' greater openness in communicating various issues. However, over time base salaries need to be increased, supplemented with appropriate bonuses. Non-financial compensation, on the other hand, is realized by providing opportunities for growth, valuing opinions, involving employees in fair decision-making, and providing work flexibility. This also has a positive impact on employees to continue to be enthusiastic about learning, feel appreciated for being involved, and have autonomy over their work, both in terms of time, place, and how it is done. However, training, mentoring, and reward programs are needed in the future. Ofelia has significant potential for growth, but in addition to focusing on internal resources, it needs to pay more attention to consumer product preferences to achieve wider recognition and acceptance.

Keywords: *Company Performance, Financial Compensation, Non-Financial Compensation, Employee Performance, Work Motivation, Freelancer, Fashion Industry*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, keberkahan, dan keselamatan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir praktik bisnis yang berjudul “Ofelia: *Upcycled Fabric Accessories*” untuk memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar Magister Manajemen Universitas Islam Indonesia.

Penulis dapat berkomitmen dan konsisten dalam penulisan tesis ini tidak lain karena mendapat banyak dukungan, arahan, saran, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu proses pengerjaan tugas akhir praktik bisnis ini baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada

1. Orang tua saya bapak Ali Syamsudin dan ibu Giatini yang telah menemani, mendoakan, dan memberikan dukungan kepada saya selama perkuliahan hingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar
2. Bapak Prof. Dr. Zaenal Arifin, M.Si dan Ibu Dr. Majang Palupi, BBA., MBA. selaku dosen pembimbing yang telah sabar memberikan arahan, masukan, dan ilmu yang sangat bermanfaat untuk penyusunan tugas akhir ini
3. Bapak Anjar Priyono S.E., M.Si., Ph.D., CMPM. selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia
4. Seluruh Dosen Program Magister Manajemen yang telah memberikan ilmu, arahan, dan nasehat ketika saya menempuh studi di Universitas Islam Indonesia ini
5. Teruntuk temanku Ekawati, Mei, dan seluruh teman-teman yang selalu mendukung saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini

Penulis menyadari dalam pembuatan tugas akhir ini tentunya masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak untuk perbaikan di masa mendatang. Penulis juga berharap tugas akhir praktik bisnis ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak, khususnya untuk penulis dan Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 15 Juni 2026

Reny Widiastuti

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	Error! Bookmark not defined.
BERITA ACARA UJIAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Pertanyaan Penelitian	4
1.4. Tujuan Tugas Akhir.....	4
1.5. Manfaat Tugas Akhir.....	4
BAB II LAPORAN PELAKSANAAN BISNIS	6
2.1. Profil Perusahaan	6
2.1.1. Sejarah Perusahaan	6
2.1.2 Arti Logo	7
2.1.3 Visi, Misi, dan Nilai Perusahaan	8
2.2. Pelaksanaan Aspek Pasar dan Pemasaran	9
2.2.1 Analisis Kompetitor	10
2.2.2 Strategi Diferensiasi Ofelia	13
2.2.3. Realisasi Penjualan	14
2.2.4. Pelaksanaan <i>Marketing Mix</i>	18

2.2.5. Evaluasi Aktivitas <i>Marketing</i>	21
2.3 Pelaksanaan Aspek Operasional	22
2.3.1 Investasi Awal	22
2.3.2 Produk	23
2.3.3 Proses Produksi	24
2.3.4 Biaya Produksi	25
2.3.5 Tantangan Operasional dan Solusi	26
2.4 Pelaksanaan Aspek Sumber Daya Manusia	27
2.4.1 Kebutuhan Sumber Daya Manusia	28
2.4.2 Deskripsi Pekerjaan dan Spesifikasi Pekerjaan	28
2.4.3 Struktur Organisasi Aktual.....	29
2.4.4 Biaya SDM.....	30
2.4.5 Evaluasi Kinerja Tim	31
2.5 Pelaksanaan Aspek Keuangan.....	32
2.5.1 Realisasi Kebutuhan Modal	32
2.5.2 Rekap Penjualan, Biaya, dan Laba Bulanan	33
BAB III IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH	36
3.1 Identifikasi Masalah.....	36
3.2 Tinjauan Teori	36
3.2.1 Kompensasi.....	36
3.2.2 Kompensasi Finansial Berbasis <i>Output</i>	38
3.2.3 Kinerja Karyawan	39
3.2.4 Pengaruh Kompensasi Finansial Berbasis <i>Output</i> terhadap Kinerja Karyawan	40
3.2.5 Kompensasi Non-Finansial	42
3.2.6 Motivasi Kerja Karyawan	43
3.2.7 Pengaruh Kompensasi Non-Finansial terhadap Motivasi Kerja Karyawan	44
3.3 Implementasi Strategi dan Pemecahan Masalah.....	46
3.3.1 Sistem Kompensasi Finansial Berbasis <i>Output</i>	47
3.3.2 Sistem Kompensasi Non-Finansial	56

BAB IV KESIMPULAN	65
4.1 Kesimpulan	65
4.2 Saran	66
4.2.1 Praktisi	66
4.2.2 Akademisi dan Penelitian Mendatang	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	74

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Daftar Pesaing.....	10
Tabel 2.2 Realisasi Penjualan Bulan September 2025-Maret 2026	14
Tabel 2.3 Perbandingan Ramalan dan Realisasi Penjualan.....	16
Tabel 2.4 Harga Produk	19
Tabel 2.5 Investasi Awal.....	22
Tabel 2.6 Biaya Produksi.....	26
Tabel 2.7 Realisasi Biaya SDM	31
Tabel 2.8 Total Investasi Awal.....	32
Tabel 2.9 Rekap Penjualan dan Laba Bulanan	34
Tabel 3.10 Informasi Informan.....	47
Tabel 3.11 Data Kompensasi Finansial Berbasis Output	48
Tabel 3.12 Data Kinerja Karyawan.....	52
Tabel 3.13 Data Perbandingan Kompensasi Finansial dan Kinerja Karyawan	53
Tabel 3.14 Data Kompensasi Non-Finansial.....	57
Tabel 3.15 Data Tingkat Motivasi.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Brand.....	7
Gambar 2.2 Nilai Fundamental	9
Gambar 2.3 Logo Suvenir Eva.....	10
Gambar 2.4 Produk Suvenir Eva	10
Gambar 2.5 Logo Bukuku.....	11
Gambar 2.6 Produk Bukuku.....	11
Gambar 2.7 Logo Sugar Suvenir	11
Gambar 2.8 Produk Sugar Suvenir	12
Gambar 2.9 Logo Liberty Sociaty	12
Gambar 2.10 Produk Liberty Sociaty	12
Gambar 2.11 Platform Digital.....	20
Gambar 2.12 Produk Ofelia di Dirty Store dan Buah Hati	21
Gambar 2.13 Strategi Promosi.....	21
Gambar 2.14 Produk Ofelia	23
Gambar 2.15 Alur Produksi	24
Gambar 2.16 <i>Roadmap</i> SDM Ofelia	27
Gambar 2.17 Struktur Organisasi.....	30

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Konsep *sustainability* menjadi semakin penting untuk dipertimbangkan oleh pelaku usaha mengingat kondisi lingkungan yang semakin mengkhawatirkan. Hal ini berkaitan dengan bagaimana perusahaan melakukan operasi namun meminimalisir dampak lingkungan yang ditimbulkan. Pengurangan penggunaan bahan baku, tujuan nol limbah di seluruh proses produksi, kapitalisasi limbah yang dihasilkan di akhir masa pakai barang tekstil, dan penerapan tujuan nol limbah, semuanya menjadi penting (Ofori *et al.*, 2025). Pelaku usaha perlu memastikan bahwa rangkaian proses usaha memenuhi standar keberlanjutan. Walaupun belum dapat dipastikan produk tersebut benar-benar aman atau tidak, tetapi pelaku usaha berharap munculnya produk ini dapat menurunkan level ancaman pada kerusakan lingkungan.

Menurut Elkington konsep *sustainability* pada strategi perusahaan sangatlah kompleks dan menekankan pada tiga pilar utama atau *Triple Bottom Line*, yakni *social (people)*, *economic (profit)*, dan *environment (planet)* (Real *et al.*, 2025). *People* berkaitan dengan penerapan sistem kerja yang adil dan memaksimalkan semua pihak untuk ikut berkontribusi dalam mencapai tujuan keberlanjutan. *Profit* berkaitan dengan proses untuk memperoleh laba harus mempertimbangkan nilai etika, adil, dan lingkungan. Sedangkan *Planet* berfokus pada tanggung jawab perusahaan untuk meminimalisir jejak karbon dan dampak negatif bagi lingkungan atas proses produksi yang dilakukan. Ketiga pilar ini dapat terus diupayakan oleh pelaku usaha untuk menuju perusahaan yang berkelanjutan. Hal ini juga sangat menarik bagi investor dan perbankan karena perusahaan tidak hanya menawarkan keuntungan dalam bentuk laba tetapi juga prinsip yang membawa dampak baik secara luas dan berkelanjutan untuk masa depan.

Di sisi lain perkembangan teknologi ternyata sangat mempengaruhi industri fashion, terlihat dengan munculnya banyak tren fashion baru salah satunya adalah tren *fast fashion*. *Fast fashion* adalah penggunaan pakaian dalam jangka waktu pendek dan produksi pakaian secara cepat. Hal ini dikarenakan tren pakaian cepat berganti ditambah banyaknya produksi industri pakaian yang menggunakan bahan baku berkualitas rendah. Oleh karena itu menyebabkan permintaan maupun persediaan pakaian sangatlah banyak. Penggunaan bahan baku pakaian yang kualitasnya rendah dan sulit terurai akan menyebabkan ancaman kelestarian lingkungan. Sisa pakaian yang tidak laku akan dibuang begitu saja padahal jumlahnya sangat besar. Kegiatan ini menyebabkan dampak serius pada lingkungan jika terus menerus dilakukan.

Dampak lingkungan dari sektor pakaian dapat dikurangi secara signifikan dengan menerapkan kebijakan, seperti menghilangkan limbah di sumbernya melalui prosedur produksi yang efektif dan mendorong sirkularitas dengan memulihkan dan mendaur ulang material melalui penerapan teknologi mutakhir untuk daur ulang kain (Al Aghbari *et al.*, 2025). Salah satu cara yang mulai banyak dilakukan oleh pelaku usaha adalah dengan melakukan *upcycling*. *Upcycling* adalah teknik memanfaatkan suatu barang dengan mengubah bentuk dan fungsinya. Teknik ini dapat dilakukan pada limbah kain pra produksi (kain perca) maupun pasca produksi (pakaian bekas). Dengan memanfaatkan limbah diharapkan seseorang dapat lebih mengurangi dampak lingkungan yang akan ditimbulkan setelahnya.

Sebagai upaya untuk mewujudkan bisnis yang berkelanjutan hal penting lain yang harus diperhatikan selain sistem yang jelas adalah komitmen dari sumber daya manusia dalam perusahaan itu sendiri. Dalam hal ini sumber daya manusia dalam perusahaan perlu dikelola, diperhatikan, dan dihargai kerja kerasnya dengan layak. Salah satu hal yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah memberikan kompensasi yang adil dan layak pada karyawannya. Kompensasi diberikan sebagai bentuk penghargaan atas pekerjaan yang telah dilakukan untuk kepentingan organisasi atau perusahaan. (Difa & Furyanah, 2022). Kompensasi dilakukan dengan tujuan untuk menjamin keadilan antar

karyawan, menghargai prestasi dan kerja keras karyawan, mempertahankan karyawan, mendapatkan karyawan yang memiliki kualitas baik, dan sistem kompensasi yang dibuat harus dapat memotivasi karyawan.

Perusahaan perlu memikirkan sistem kompensasi yang tepat untuk diberikan kepada karyawan. Hal ini dapat disesuaikan dengan pekerjaan yang diberikan, seperti tingkat kesulitan, waktu bekerja, dan target yang harus dipenuhi setiap karyawan. Kompensasi yang diberikan dapat berupa kompensasi finansial dan kompensasi non-finansial. Selain membutuhkan kompensasi finansial seperti gaji, insentif, tunjangan, dan bonus, karyawan juga perlu mendapatkan kompensasi non-finansial seperti apresiasi kerja, lingkungan kerja yang layak, dan komunikasi kerja yang sehat. Dengan sistem kompensasi yang jelas dan cocok, maka karyawan akan lebih termotivasi untuk bekerja sehingga berpengaruh pada peningkatan kinerjanya. Oleh karena itu penelitian ini membahas mengenai produk aksesori ramah lingkungan dan strategi kompensasi yang paling efektif untuk diterapkan dalam bisnis Ofelia.

1.2. Rumusan Masalah

Evaluasi bisnis dilakukan agar setiap proses yang dijalankan dapat diperbaiki atau dilanjutkan karena memiliki dampak baik. Tidak hanya untuk bisnis yang sudah terstruktur, justru evaluasi perlu dilakukan pada bisnis yang masih baru. Hal ini menjadi pertimbangan bagi Ofelia yang belum pernah melakukan evaluasi secara menyeluruh pada proses bisnis mulai dari aspek pemasaran, operasional, sumber daya manusia, dan keuangan. Hal ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan di masa mendatang.

Seluruh karyawan Ofelia bekerja sebagai *freelance* yang hal ini mempengaruhi sistem kompensasi yang diterapkan, yakni kompensasi berbasis *output*. Kompensasi dengan sistem ini diharapkan dapat mendorong kinerja karyawan karena besaran gaji yang diberikan disesuaikan dengan hasil kerja karyawan. Namun pada Ofelia sendiri belum adanya kajian lebih mendalam tentang penerapan dan manfaat dari sistem kompensasi berbasis *output* untuk

mendorong kinerja karyawan. Kajian ini perlu dilakukan agar dapat melihat sejauh mana dampak baik yang dirasakan oleh karyawan dan apa saja yang perlu diperbaiki dari sistem ini.

Di sisi lain Ofelia yang masih merupakan bisnis berskala kecil sebenarnya melihat kompensasi non-finansial sebagai aspek yang penting. Namun karena keterbatasan yang ada, Ofelia menerapkan kompensasi non-finansial di sisi yang tidak terlalu berkaitan dengan keuangan. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan motivasi karyawan namun perlu dievaluasi secara berkala efektivitas penerapannya agar karyawan mendapatkan manfaat secara maksimal.

1.3. Pertanyaan Penelitian

- 1) Bagaimana kinerja bisnis Ofelia yang meliputi kinerja aspek pemasaran, operasional, sumber daya manusia, dan keuangan?
- 2) Bagaimana implementasi dan efektivitas sistem kompensasi finansial berbasis *output* dalam mendorong peningkatan kinerja karyawan pada bisnis Ofelia?
- 3) Bagaimana implementasi dan efektivitas kompensasi non-finansial dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan pada bisnis Ofelia?

1.4. Tujuan Tugas Akhir

- 1) Untuk mengetahui dan mengevaluasi kinerja bisnis Ofelia dilihat dari kinerja pemasaran, operasional, sumber daya manusia, dan keuangan
- 2) Untuk menganalisis implementasi dan efektivitas sistem kompensasi finansial berbasis *output* dalam mendorong peningkatan kinerja karyawan pada bisnis Ofelia
- 3) Untuk memahami implementasi dan efektivitas kompensasi non-finansial dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan pada bisnis Ofelia

1.5. Manfaat Tugas Akhir

- 1) Pelaku bisnis

- a) Memberikan perspektif baru dalam penetapan tujuan kompensasi, bukan hanya untuk meningkatkan produktivitas tetapi juga menanamkan nilai keberlanjutan pada karyawan
 - b) Menjadi referensi bagi pelaku bisnis dalam menyusun strategi kompensasi pada fase pertumbuhan awal pada bisnis berbasis lingkungan
 - c) Memberikan gambaran baru tentang penerapan kompensasi pada bisnis kreatif yang memegang prinsip keberlanjutan
- 2) Akademisi
- a) Penelitian ini dapat membantu akademisi dalam membandingkan efektivitas kompensasi pada industri kreatif berbasis lingkungan dengan industri lain
 - b) Menambah literatur mengenai bagaimana penerapan kompensasi finansial dan non-finansial pada usaha mikro yang berfokus pada bisnis berkelanjutan
 - c) Penelitian ini dapat menjadi rujukan untuk penelitian kolaboratif lintas bidang (manajemen, lingkungan, desain produk, sosial, dan ekonomi) yang berhubungan dengan produk kreatif berbasis lingkungan

BAB II

LAPORAN PELAKSANAAN BISNIS

2.1. Profil Perusahaan

2.1.1. Sejarah Perusahaan

Seiring meningkatnya pengetahuan mengenai isu lingkungan membuat masyarakat menjadi lebih peduli terhadap apa yang mereka konsumsi. Di sisi lain juga muncul banyak komunitas yang mengkampanyekan untuk bijak dalam berbelanja. Walaupun tidak dapat dipungkiri keputusan untuk membeli juga masih mempertimbangkan nilai estetika, harga, atau pun nilai kebermanfaatan. Hal ini membuat masyarakat mempertimbangkan banyak hal ketika membeli sesuatu, salah satunya dalam membeli pakaian atau barang-barang yang mendukung aktivitas sehari-hari yakni aksesoris.

Berkaitan dengan hal tersebut Ofelia hadir untuk menawarkan produk aksesoris ramah lingkungan yang terbuat dari limbah pakaian. Pengolahan limbah kain menjadi salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mengatasi banyaknya limbah kain akibat tren *fast fashion*. Selain mengurangi limbah bisnis ini diharapkan dapat menjadi tren baru yang diminati khususnya para perempuan agar lebih peduli terhadap masa hidup pakaian yang dibelinya dan dampak perilaku konsumtif terhadap produk pakaian. Ofelia dapat menjadi pilihan ketika masyarakat membutuhkan barang-barang yang bermanfaat, memiliki nilai estetika, namun tetap mempertimbangkan aspek lingkungan pada produknya.

Proses produksi Ofelia berlokasi di Slahung, Ponorogo, Jawa Timur dan melakukan penjualan secara online. Proses produksi dilakukan oleh mitra penjahit sehingga tidak memerlukan tempat khusus. Sedangkan proses operasional lainnya masih bertempat di rumah pribadi agar lebih mudah dalam pengontrolan. Namun kedepannya Ofelia berharap dapat memiliki kantor dan rumah produksi sendiri agar bisnis ini dapat lebih berkembang dan memberikan manfaat yang lebih luas.

2.1.2 Arti Logo

Ofelia adalah gabungan kata dalam Bahasa Italia, *Stoffa* (kain) dan *Meraviglia* (keajaiban). Kedua kata tersebut bergabung menjadi kata Ofelia dalam Bahasa Yunani yang berarti bantuan, penolong, dan manfaat. Nama ini menggambarkan suatu bisnis yang bergerak dibidang kain dan berusaha menciptakan keajaiban melalui produk-produknya. Dengan nama Ofelia bisnis ini diharapkan dapat memberi manfaat kepada pemilik, pembeli, semua orang yang terlibat, serta bermanfaat juga bagi alam. Proses menciptakan keajaiban dari limbah kain juga diharapkan dapat membuka pikiran bagi banyak orang untuk sama-sama menolong bumi dan banyak orang dari ancaman limbah kain.



Sumber: Ofelia, 2025

Gambar 2.1 Logo Brand

Bentuk huruf pada logo terkesan simpel namun tegas menggambarkan prinsip yang harus selalu dipegang kuat. Produk-produk yang ditawarkan memiliki desain yang simpel namun diharapkan dapat memberikan manfaat pada konsumen dalam berbagai momen. Warna utama yang digunakan pada logo ini adalah warna pink fuchsia. Warna ini melambangkan keceriaan, energi positif, modern, menarik, dan feminim. Tambahan ornamen pita pada logo melambangkan bahwa bisnis ini menawarkan produk aksesoris dan sejenisnya untuk menambah kesan indah pada penampilan pemiliknya. Warna hijau pada pita melambangkan kesan alami dan keberlanjutan. Bisnis ini ingin menampilkan kesan yang menarik, penuh semangat, kreatif dan ekspresif namun tetap memegang prinsip ramah lingkungan.

2.1.3 Visi, Misi, dan Nilai Perusahaan

Ofelia memiliki harapan yang besar agar bisa bermanfaat bukan hanya kepada konsumen, tetapi juga pada kelestarian lingkungan. Semakin meningkatnya perilaku konsumtif utamanya terhadap fashion membuat muncul banyak ancaman terhadap kelestarian lingkungan. Sehingga dengan adanya Ofelia ini dapat menjadi salah satu solusi untuk mengantisipasi dan meminimalisir ancaman tersebut.

Visi: Menjadi perusahaan fashion berbasis *sustainability* melalui pengolahan limbah kain kreatif yang berdampak dan berdaya saing global

Misi:

- 1) Memaksimalkan nilai limbah kain menjadi aksesoris pakaian yang berkualitas
- 2) Menerapkan prinsip *sustainability* pada seluruh proses bisnis
- 3) Meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai gaya hidup ramah lingkungan
- 4) Meningkatkan daya saing global dengan mendorong inovasi berkelanjutan

Nilai-nilai Fundamental:

Dalam mewujudkan tujuan, visi dan misi bisnis Ofelia memiliki prinsip yang terus dipegang agar seluruh sumber daya perusahaan tetap solid. Dengan prinsip yang dimiliki Ofelia juga akan tetap kuat dalam menghadapi masalah internal maupun eksternal perusahaan. Ofelia merangkum prinsip/nilainya dengan kata INFUSE, yakni *Integrity, Innovation, Functionality, Meaningfulness, Sustainability, dan Empowerment*. “INFUSE” menggambarkan bahwa Ofelia tidak hanya ingin tumbuh dan menjulang tinggi, tetapi juga memiliki akar yang kuat agar bisa menyebarkan manfaat melalui nilai yang dimiliki. Berikut adalah nilai-nilai yang dimaksud:



Sumber: Ofelia, 2025

Gambar 2.2 Nilai Fundamental

- 1) *Integrity*. Menjunjung tinggi nilai kejujuran, etika, transparansi, dan tanggungjawab
- 2) *Innovation*. Inovasi perlu dilakukan agar perusahaan dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan menjawab permasalahan yang terus berubah
- 3) *Functionality*. Setiap produk tidak hanya dibuat dengan proses kreatif dan menarik tetapi juga mempertimbangkan kebermanfaat dan nilai guna
- 4) *Meaningfulness*. Setiap produk hadir dengan membawa berbagai nilai, cerita, dan dampak baik bagi pengguna maupun sekitarnya
- 5) *Sustainability*. Berusaha mengutamakan prinsip keberlanjutan dalam kebijakan perusahaan dan proses produksi
- 6) *Empowerment*. Memberdayakan masyarakat dan komunitas untuk berkolaborasi mewujudkan dampak baik bagi lingkungan melalui bisnis aksesori ramah lingkungan

2.2. Pelaksanaan Aspek Pasar dan Pemasaran

Pelaksanaan aspek pasar dan pemasaran menjadi salah satu langkah penting dalam memperkenalkan Ofelia dan menyebarkan nilai yang dimiliki. Ofelia memulainya dengan menganalisis pesaing langsung maupun tidak langsung, kemudian menentukan strategi yang tepat dan tidak lupa melakukan evaluasi secara bertahap untuk melihat sejauh mana strategi yang dijalankan dapat menjangkau konsumen secara luas.

2.2.1 Analisis Kompetitor

Sebagai bisnis baru Ofelia perlu melihat bagaimana keadaan di pasar dengan cara menganalisis pesaing. Ofelia melihat pesaing justru bukan sebagai ancaman yang ingin dikalahkan, tetapi bagaimana agar dapat mengambil pelajaran, menemukan ide baru, dan mungkin saja dapat bekerjasama untuk mencapai pasar yang lebih luas. Analisis dilakukan kepada beberapa *brand* yakni Omah Suvenir Eva, Bukuku, Sugar Suvenir, dan Liberty Society. Ofelia menganalisis keempat *brand* tersebut melalui media sosial, *marketplace*, maupun dari informasi pendukung lainnya.

Tabel 2.1 Daftar Pesaing

Sumber: Instagram @omahsouvenireva, 2026 Gambar 2.3 Logo Suvenir Eva Omah Suvenir Eva adalah bisnis dari Malang yang melayani kebutuhan suvenir dan <i>hampers</i> yang berfokus pada penggunaan kain perca sebagai bahan utama. Produk yang ditawarkan sangat beragam mulai dari tas, <i>pouch</i>, taplak meja, sandal, dompet, dan masih banyak lagi. Rentan harga yang ditawarkan untuk setiap produknya berkisar Rp 10.000 hingga Rp 150.000 tanpa minimum pembelian. Sumber: Instagram @omahsouvenireva, 2026 Gambar 2.4 Produk Suvenir Eva	
Kelebihan	Memiliki banyak pilihan produk, harganya terjangkau, dan tanpa minimum pembelian
Kekurangan	Pemesanan produk hanya di Whatsapp



Sumber: Instagram @bukukuindonesia, 2026

Gambar 2.5 Logo Bukuku

Bukuku adalah sebuah *brand* dari Tangerang yang membawa keindahan kain batik ke mata dunia melalui produknya yang fokus untuk *gift* dan *corporate souvenir*. Kain batik yang digunakan berasal dari kain yang dibuat dengan indah serta penuh cinta menggunakan alat stempel dan beberapa menggunakan mesin cetak. Produk yang ditawarkan mengusung tema keperluan alat-alat kantor yang bersifat fungsional dan praktis seperti *card holder*, buku agenda, *pouch*, dsb. Harga yang ditawarkan berkisar Rp 25.000 hingga Rp 100.000



Sumber: Instagram @bukukuindonesia, 2026

Gambar 2.6 Produk Bukuku

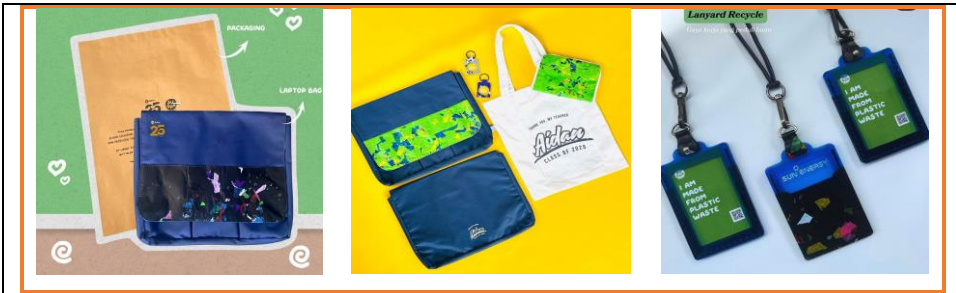
Kelebihan	Tema produknya jelas, motifnya kekinian dan menarik, serta memiliki nilai fungsionalitas pada setiap produk
Kekurangan	Belum ada strategi <i>marketing</i> untuk membahas mengenai cerita setiap kain batik yang digunakan



Sumber: Instagram @sugar_souvenir, 2026

Gambar 2.7 Logo Sugar Souvenir

Sugar Souvenir adalah *brand eco-friendly* dari Bandung yang berfokus pada pembuatan souvenir kreatif berbahan dasar plastik daur ulang. Produknya dibuat dengan cara mengubah kantong plastik bekas dengan pendekatan seni lipat unik serta kombinasi berbagai teknik pengerjaan seperti *printing* dan *laser cutting*. Produk yang ditawarkan sangat bervariasi dan harga yang ditawarkan berkisar Rp 8.500 hingga Rp 200.000 tergantung pada jenis produk.



Sumber: Instagram @sugar_souvenir, 2026

Gambar 2.8 Produk Sugar Souvenir

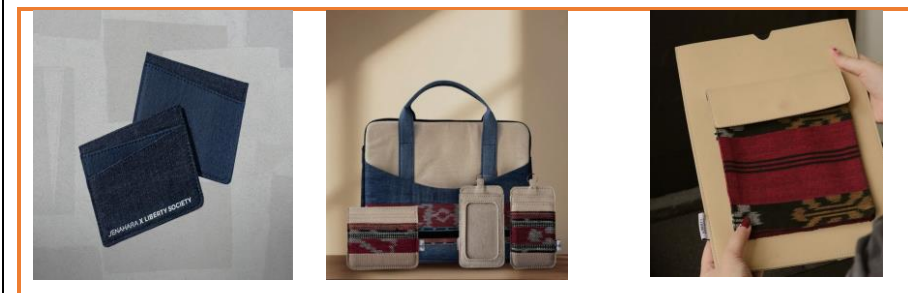
Kelebihan	Variasi produk sangat beragam dan banyak mengadakan <i>workshop</i> di berbagai tempat
Kekurangan	Kurangnya konten edukasi mengenai sampah plastik



Sumber: Instagram @liberty.sociaty, 2026

Gambar 2.9 Logo Liberty Sociaty

Liberty Society adalah perusahaan sosial yang bergerak di bidang produk B2B ramah lingkungan dan berdampak positif yang memberdayakan perempuan yang terpinggirkan. *Brand* ini membantu untuk menghargai dan menyayangi tim, pendukung, maupun klien melalui *gift* dan souvenir yang ditawarkan secara personal sesuai kebutuhan namun juga tetap mempertimbangkan aspek planet. Produknya yang premium mempengaruhi harga yang ditawarkan yakni berkisar Rp 70.000 hingga Rp 500.000.



Sumber: Instagram @liberty.sociaty, 2026

Gambar 2.10 Produk Liberty Sociaty

Kelebihan	Berkomitmen terhadap isu <i>sustainability</i> melalui pemberdayaan perempuan dan produk yang memiliki <i>value</i> yang jelas
Kekurangan	Penjualan fokus pada pemesanan proyek tertentu dan tidak memiliki jaringan toko offline yang jelas

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan empat pesaing di atas, Ofelia memiliki acuan paling dekat dengan Omah Suvenir Eva melihat dari variasi produk, bahan yang digunakan, serta harga yang ditawarkan yang cenderung mirip. Walaupun Omah Suvenir Eva tidak terlalu mengangkat nilai keberlanjutan, tetapi dengan memanfaatkan perca dari lingkungan sekitar sama halnya dengan berbisnis namun tetap mempertimbangkan aspek lingkungan.

2.2.2 Strategi Diferensiasi Ofelia

Dalam menghadapi tantangan pasar yang beragam dan memiliki keunggulan bersaing, Ofelia menerapkan strategi diferensiasi. Strategi ini dipilih karena melihat banyaknya pesaing yang ada dan preferensi konsumen dalam memilih aksesoris juga sangat beragam. Selain itu melihat peluang yang ada, yakni kepedulian konsumen terhadap produk ramah lingkungan membuat Ofelia hadir untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan produk yang berkaitan dengan isu tersebut.

Strategi ini diwujudkan melalui produk, nilai yang ditawarkan, dan fungsi dari produk itu sendiri. Ofelia hadir dengan produk yang simpel namun tetap unik. Setiap produk dihadirkan dari potongan limbah kain yang memiliki motif dan warna yang bermacam-macam. Hal ini membuat setiap produknya memiliki keunikan dan cerita tersendiri sehingga akan jarang menemui produk yang benar-benar sama. Oleh karena itu konsumen dapat memilih produk sesuai dengan kepribadian dan kebutuhannya masing-masing.

Tidak hanya unik Ofelia juga dibuat dengan mempertimbangkan nilai fungsi agar produknya tidak hanya cantik tetapi memiliki nilai guna yang jelas. Selain itu produk ini hadir dengan nilai yang dekat dengan konsumen yakni peduli terhadap alam. Membeli produk Ofelia menjadi salah satu langkah yang sudah dilakukan oleh konsumen untuk mengurangi limbah pakaian. Hal yang mungkin terlihat kecil ini bisa jadi berdampak besar bagi alam di masa mendatang.

Beberapa strategi tersebut utamanya diwujudkan dalam setiap produknya, dikomunikasikan melalui sosial media maupun ketika berinteraksi langsung dengan konsumen. Sehingga konsumen tidak hanya sebatas menggunakan produknya tetapi juga merasakan nilai dan cerita yang dibawa. Dengan strategi ini pula Ofelia mampu hadir untuk membuka pasar baru dalam lingkup aksesoris yang tidak hanya mengutamakan nilai estetika tetapi juga nilai fungsionalitas, emosi, dan nilai keberlanjutan.

2.2.3. Realisasi Penjualan

Data penjualan dapat menjadi salah satu bahan untuk menggambarkan kondisi bisnis dan perkembangan Ofelia. Berikut disajikan data realisasi penjualan Ofelia pada bulan September 2025-Maret 2026. Data tersebut berisi jumlah produk yang terjual serta dapat menjadi bahan evaluasi dengan melihat produk terlaris dan produk kurang laris agar kedepannya Ofelia dapat memperbaiki produknya maupun menghadirkan produk yang lebih relevan dengan preferensi konsumen.

Tabel 2.2 Realisasi Penjualan Bulan September 2025-Maret 2026

No	Bulan	Produk Terjual	Jumlah Variasi Produk	Omzet	Produk Terlaris	Qty	Produk Kurang Laris	Qty
1	September	76	4	Rp 718,500	Ganci M Brassica	27	Pengikat Kabel Clarcia	11
2	Oktober	46	2	Rp 437,000	Ganci M Brassica	31	Pouch Mini Alcea	15
3	November	117	4	Rp 1,345,500	Ganci M Brassica	45	Lanyard Scrunchie Dianella	21
4	Desember	202	7	Rp 2,383,000	Ganci L Brassica	47	Lanyard Basic Dianella	12

5	Januari	215	7	Rp 2,775,000	Pouch Mini Alcea	45	Lanyard Basic Dianella	19
6	Februari	261	7	Rp 2,855,500	Pouch Mini Alcea	74	Lanyard Scrunchie Dianella	13
7	Maret	190	7	Rp 2,098,500	Pouch Mini Alcea	52	Lanyard Scrunchie Dianella	11

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan data penjualan pada tabel di atas, yakni untuk bulan September 2025 hingga Maret 2026 mengalami peningkatan penjualan yang bertahap. Gantungan Kunci Brassica menjadi produk paling laris selama 4 bulan. Meskipun pada bulan Oktober 2025 produk *Pouch* Mini kurang diminati, tetapi pada bulan Januari-Maret 2026 *Pouch* Mini Alcea menjadi produk yang terlaris. Sedangkan *Lanyard* Dianella di awal produk ini keluar yakni bulan November 2025 hingga Maret 2026 terlihat belum terlalu diminati oleh konsumen. Tidak stabilnya penjualan ini menjadi evaluasi bagi Ofelia untuk lebih memaksimalkan program promosinya dan perlu menentukan fokusnya antara fokus pada produk yang telah ada atau terus berinovasi dengan mengeluarkan produk-produk baru.

Produk Gantungan Kunci Brassica dan *Pouch* Mini Alcea diminati oleh konsumen karena bentuknya yang simpel tetapi memiliki fungsi yang jelas. Sedangkan produk yang kurang diminati yakni *Lanyard* Dianella karena produknya belum familiar digunakan oleh konsumen. Secara keseluruhan data penjualan menunjukkan adanya pertumbuhan diiringi dengan Ofelia yang berusaha untuk memperluas diversifikasi produk karena melihat preferensi konsumen akan kebutuhan aksesoris. Namun Ofelia perlu memastikan fokus kategori produknya agar tidak terlalu meluas dan tepat sasaran.

Setelah melihat realisasi penjualan produk Ofelia, berikut disajikan perbandingan antara ramalan penjualan per produk dan bagaimana realisasinya untuk bulan September 2025 hingga Maret 2026. Dengan melihat data tersebut Ofelia dapat melihat sejauh mana implementasi rencana yang sudah dibuat sebelumnya. Selain itu selisih target dan hasil yang ada dapat menjadi bahan dasar untuk perencanaan strategi bisnis ke depannya.

Tabel 2.3 Perbandingan Ramalan dan Realisasi Penjualan

No	Bulan	Produk	Harga	Ramalan		Realisasi	
				Qty	Omzet	Qty	Omzet
1	September	Pouch Mini	Rp 9,500	80	Rp 760,000	23	Rp 218,500
		Ganci L	Rp 9,500	110	Rp 1,045,000	15	Rp 142,500
		Ganci M	Rp 10,000			27	Rp 270,000
		Pengikat Kabel	Rp 8,500	100	Rp 850,000	11	Rp 93,500
Total				290	Rp 2,655,000	76	Rp 724,500
2	Oktober	Pouch	Rp 9,500	88	Rp 836,000	15	Rp 142,500
		Ganci L	Rp 9,500	121	Rp 1,149,500	0	Rp -
		Ganci M	Rp 10,000	110	Rp 1,100,000	31	Rp 310,000
		Pengikat Kabel	Rp 8,500	110	Rp 935,000	0	Rp -
Total				429	Rp 4,020,500	46	Rp 452,500
3	November	Pouch	Rp 9,500	97	Rp 921,500	24	Rp 228,000
		Ganci L	Rp 9,500	135	Rp 1,282,500	27	Rp 256,500
		Ganci M	Rp 10,000	122	Rp 1,220,000	45	Rp 450,000
		Pengikat Kabel	Rp 8,500	122	Rp 1,037,000	0	Rp -
		Lanyard Scrunchie	Rp 20,000			21	Rp 420,000
Total				476	Rp 4,461,000	117	Rp 1,354,500
4	Desember	Pouch	Rp 9,500	107	Rp 1,016,500	51	Rp 484,500
		Ganci L	Rp 9,500	150	Rp 1,425,000	49	Rp 465,500
		Ganci M	Rp 10,000	135	Rp 1,350,000	38	Rp 380,000
		Pengikat Kabel	Rp 8,500	135	Rp 1,147,500	16	Rp 136,000
		Lanyard Scrunchie	Rp 20,000			22	Rp 440,000
		Lanyard Basic	Rp 15,000			12	Rp 180,000
		Ganci Lipstik	Rp 11,000			25	Rp 275,000
Total				527	Rp 4,939,000	213	Rp 2,361,000
5	Januari	Pouch	Rp 9,500	117	Rp 1,111,500	52	Rp 494,000
		Ganci L	Rp 9,500	165	Rp 1,567,500	39	Rp 370,500

		Ganci M	Rp 10,000	148	Rp 1,480,000	36	Rp 360,000
		Pengikat Kabel	Rp 8,500	148	Rp 1,258,000	0	Rp -
		Lanyard Scrunchie	Rp 20,000			27	Rp 540,000
		Lanyard Basic	Rp 15,000			21	Rp 315,000
		Ganci Lipstik	Rp 11,000			31	Rp 341,000
		Dompot Kartu	Rp 10,500			30	Rp 315,000
Total				578	Rp 5,417,000	236	Rp 2,735,500
6	Februari	Pouch	Rp 9,500			89	Rp 845,500
		Ganci L	Rp 9,500			34	Rp 323,000
		Ganci M	Rp 10,000			39	Rp 390,000
		Pengikat Kabel	Rp 8,500			0	Rp -
		Lanyard Scrunchie	Rp 20,000			13	Rp 260,000
		Lanyard Basic	Rp 15,000			23	Rp 345,000
		Ganci Lipstik	Rp 11,000			21	Rp 231,000
		Dompot Kartu	Rp 10,500			42	Rp 441,000
Total				0	Rp -	261	Rp 2,855,500
7	Maret	Pouch	Rp 9,500			52	Rp 494,000
		Ganci L	Rp 9,500			25	Rp 237,500
		Ganci M	Rp 10,000			27	Rp 270,000
		Pengikat Kabel	Rp 8,500			0	Rp -
		Lanyard Scrunchie	Rp 20,000			11	Rp 220,000
		Lanyard Basic	Rp 15,000			18	Rp 270,000
		Ganci Lipstik	Rp 11,000			19	Rp 209,000
		Dompot Kartu	Rp 10,500			38	Rp 399,000
Total				0	Rp -	190	Rp 2,098,500

Sumber: Data diolah, 2026

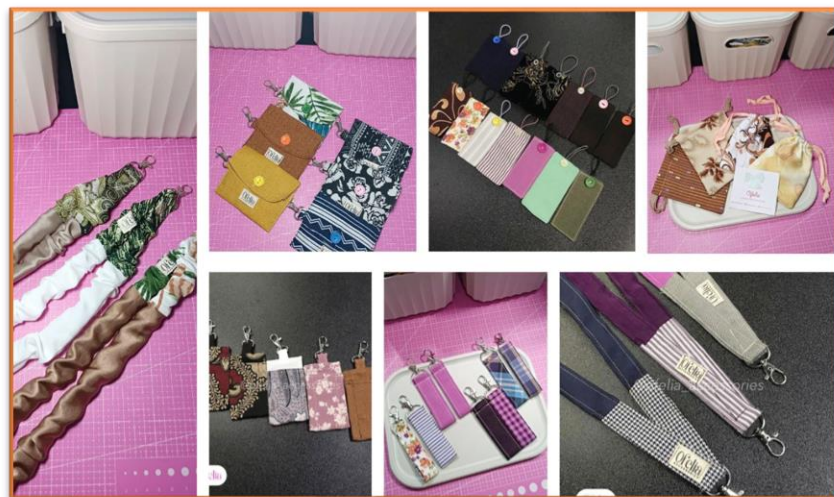
Berdasarkan data di atas penjualan Ofelia sangat jauh dari ramalan yang telah diperkirakan. Hal ini terjadi karena Ofelia terlihat fokus untuk memperbanyak variasi produk namun penjualan belum mencapai hasil yang optimal. Produk yang dapat bertahan meskipun jumlahnya tidak sesuai dengan ramalan produk *pouch* dan gantungan kunci. Sedangkan produk yang kurang diminati adalah produk pengikat kabel. Hal ini dapat terjadi karena produk ini memiliki bentuk yang terlalu simpel dan kurang menarik. Kemudian beberapa produk diluncurkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen meskipun hal ini tidak diramalkan sebelumnya. Di awal

penjualan meskipun produk tersebut tidak mengalami penjualan yang signifikan tetapi setiap bulannya terjadi peningkatan.

2.2.4. Pelaksanaan *Marketing Mix*

1) Produk

Ofelia menawarkan produk-produk aksesoris yang memanfaatkan limbah kain sebagai bahan baku utamanya. Limbah kain tersebut dibentuk secara kreatif dan menarik namun tetap mempertimbangkan nilai guna dari setiap produknya. Selain menjadi pelengkap penampilan dan penunjang aktivitas pada penggunaannya, produk ini juga membawa pesan keberlanjutan untuk lebih peduli terhadap kelestarian lingkungan.



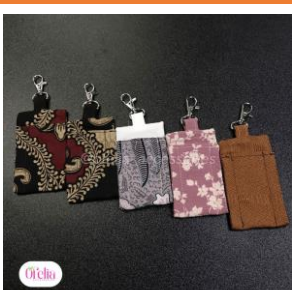
Sumber: Ofelia, 2025

Gambar 2.11 Produk Ofelia

2) Harga

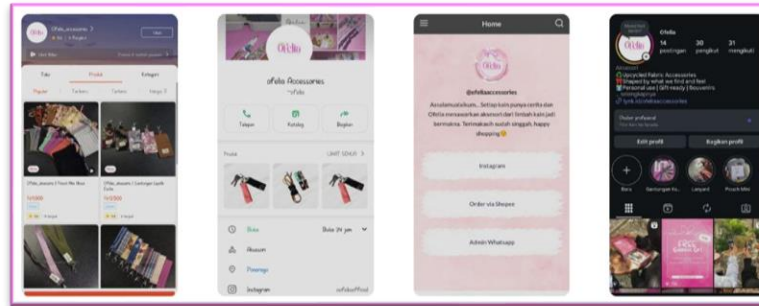
Harga yang ditawarkan berkisar Rp8.000 – Rp 20.000 karena melihat pasar yang akan dituju. Harga ini kurang lebih setara dengan harga pesaing, namun kelebihan produk ini adalah ada pada nilai yang ditawarkan, yakni mempertimbangkan isu ramah lingkungan. Pelanggan juga akan mendapatkan kualitas dan nilai fungsional yang sesuai dengan biaya yang dikeluarkan.

Tabel 2.4 Harga Produk

 Alcea Rp 9,500	 Brassica L Rp 10,000
 Brassica M Rp 9,500	 Clarcia Rp 8,500
 Dianella Scrunchie Rp 20,000	 Filaree Rp 10,500
 Dianella Basic Rp 15,000	 Escha Rp 11,000

Sumber: Ofelia, 2025

3) Tempat



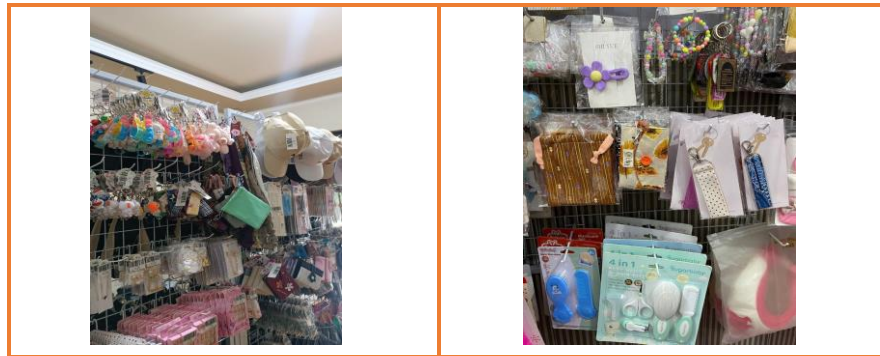
Sumber: Ofelia, 2025

Gambar 2.11 Platform Digital

Produk aksesoris dari Ofelia dipasarkan secara online agar dapat menjangkau konsumen lebih luas. Sehingga Ofelia akan lebih memaksimalkan platform digital untuk memperkenalkan, menjual, dan berinteraksi dengan konsumen. Instagram digunakan untuk membangun identitas merek dan berinteraksi dengan konsumen. Pada akun ini ditampilkan foto-foto produk yang menarik maupun nilai yang dibawa dari setiap produk.

Shopee digunakan sebagai kanal transaksi utama karena banyak digunakan dan dipercaya oleh masyarakat. Pada platform ini calon pembeli dapat memilih langsung produk yang ingin dibeli. Whatsapp digunakan untuk komunikasi langsung antara Ofelia dengan calon konsumen juga digunakan untuk menerima pesanan secara manual atau menerima kritik dan saran dari konsumen.

Selain menjualnya secara online, Ofelia juga bekerjasama menggunakan sistem konsinyasi dengan Dirty Store bertempat di Kecamatan Slahung, Ponorogo dan Toko Buah Hati di Kecamatan Mlilir, Madiun untuk memperluas pasar offline. Selain itu juga ingin melihat respon konsumen secara langsung dan mencoba membangun jaringan distribusi untuk strategi jangka panjang.

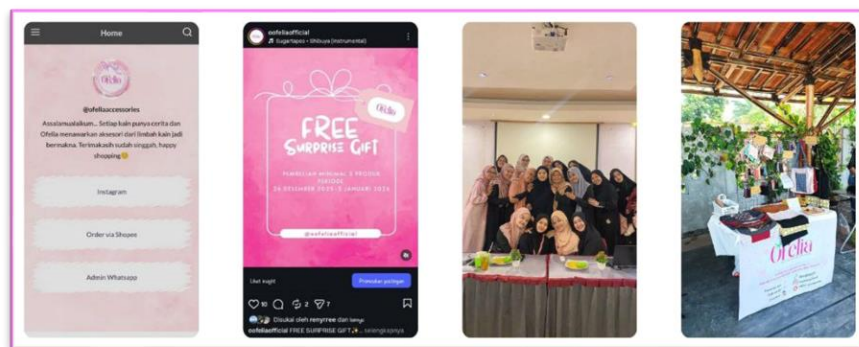


Sumber: Dokumentasi peneliti, 2025

Gambar 2.12 Produk Ofelia di Dirty Store dan Buah Hati

4) Promosi

Beberapa strategi promosi yang dilakukan Ofelia adalah memaksimalkan sosial media, membuka stand pada acara bazar pada bulan Oktober di Taman Jatimori Jenangan Ponorogo, membuat voucher khusus, maupun bekerjasama dengan komunitas kajian Sistermind Ponorogo untuk memperluas relasi serta memperkenalkan nilai yang dibawa oleh Ofelia.



Sumber: Ofelia, 2025

Gambar 2.13 Strategi Promosi

2.2.5. Evaluasi Aktivitas *Marketing*

Berdasarkan ulasan dari pelanggan online maupun offline terhadap kualitas dan desain produk Ofelia, menunjukkan secara umum menyukai desainnya karena simpel, wananya menarik, namun tetap multifungsi. Tetapi beberapa konsumen kurang menyukai motif batik yang terlalu gelap

karena terkesan kuno. Di sisi lain produk ini yang awalnya ditargetkan untuk perempuan usia remaja hingga dewasa, pada kenyataannya hanya dapat menjangkau hingga usia sekitar 30 tahun. Sehingga perlu difokuskan lagi target konsumen yang paling potensial untuk Ofelia disesuaikan dengan variasi produk yang ingin dikembangkan.

Di tengah persaingan yang kompetitif Ofelia juga perlu mempertimbangkan lagi perihal harga dan strategi promosi. Meskipun harga yang ditawarkan relatif murah dibandingkan pesaing, namun volume penjualan belum menunjukkan peningkatan yang signifikan. Strategi promosi juga belum optimal untuk menarik konsumen untuk membeli. Melihat hal tersebut Ofelia perlu meninjau ulang strategi harga yang ditawarkan dan membuat strategi promosi yang lebih menarik agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas, seperti membuat paket *bundling*, diskon pada momen tertentu, hingga bekerjasama dengan banyak influencer.

2.3 Pelaksanaan Aspek Operasional

2.3.1 Investasi Awal

Salah satu proses penting dalam pelaksanaan aspek operasional adalah menyiapkan alat maupun barang yang dapat menunjang proses produksi. Dikarenakan seluruh karyawan Ofelia bekerja dengan sistem *freelance* sehingga tidak banyak peralatan yang diperlukan. Setiap karyawan menyediakan peralatan sendiri untuk memudahkan penyelesaian pekerjaannya. Namun beberapa peralatan dibutuhkan untuk penyimpanan produk maupun alat untuk mendukung beberapa pekerjaan tertentu yang termuat pada tabel di bawah.

Tabel 2.5 Investasi Awal

Nama Barang	Jumlah		Harga	Total
Box Kontainer	1	pcs	Rp 85,000	Rp 85,000
Storage	6	pcs	Rp 20,000	Rp 120,000
Gunting Kain	2	pcs	Rp 30,000	Rp 60,000
Alas Potong Kain	1	pcs	Rp 60,000	Rp 60,000
Penggaris	2	pcs	Rp 15,000	Rp 30,000

Total	Rp 355,000
-------	------------

Sumber: Data diolah, 2026

2.3.2 Produk

Produk menjadi salah satu cerminan dari nilai yang dibawa oleh *brand* tersebut. Desain produk yang direncanakan oleh Ofelia secara umum mencakup produk-produk yang mempermudah kegiatan sehari-hari, simpel, dan multifungsi. Rencana ini terealisasi dengan baik, seperti *pouch* mini yang dapat digunakan untuk menyimpan barang-barang kecil seperti bedak, lipstik, *charger*, bahkan uang koin maupun kertas. Selain itu juga ada *lanyard* yang dapat digunakan untuk kartu identitas, gantungan telepon seluler, dsb. Dengan mengutamakan nilai fungsionalitas Ofelia justru memiliki nilai lebih yang tidak hanya menjual keunikan dan nilai kreatif.



Sumber: Ofelia, 2026

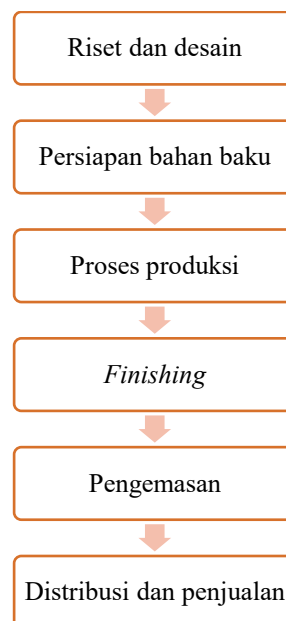
Gambar 2.14 Produk Ofelia

Ciri khas lain dari Ofelia yakni menawarkan motif-motif yang variatif, mulai dari batik, abstrak, polos, polkadot, motif garis, dan masih banyak lagi. Motif ini tidak dapat ditebak karena tergantung pada limbah kain yang diperoleh. Namun hal ini justru membawa nilai tersendiri karena setiap

produk memiliki keseragaman motif yang relatif rendah. Selain itu konsumen lebih dapat memilih produk disesuaikan dengan kesukaan masing-masing individu.

2.3.3 Proses Produksi

Pembuatan produk Ofelia memiliki beberapa proses yang harus dijalankan sehingga menjadi produk yang siap untuk digunakan konsumen. Proses disajikan dengan alur yang jelas agar setiap prosesnya dapat dievaluasi. Di sisi lain hal ini juga mempermudah perusahaan untuk menentukan penanggungjawab setiap tahapan disesuaikan dengan *job description* setiap karyawan. Terdapat 6 tahapan penting dalam proses produksi Ofelia, berikut tahapan prosesnya:



Sumber: Data diolah, 2025

Gambar 2.15 Alur Produksi

1) Riset dan desain

Pada proses riset dan desain Ofelia mengawalinya dengan mencari inspirasi dari media sosial maupun produk-produk yang dipakai dan dibutuhkan oleh banyak orang. Kemudian dilanjutkan pada proses

mendesain produk dan memilih bahan dan komponen pendukung lainnya (tali, kancing, furing, pengait, dll)

2) Persiapan bahan baku

Pada proses persiapan bahan baku, Ofelia perlu menyortir terlebih dahulu bahan baku yang didapat dari pemasok, setelah itu bahan baku dicuci untuk membersihkan noda maupun kotoran pada kain. Bahan baku yang sudah bersih kemudian dipotong sesuai pola dan disiapkan pula bahan baku pendukung sebagai aksesoris tambahan (kancing, *ring*, tali, dll)

3) Proses produksi / perakitan

Pada proses produksi / perakitan Ofelia menjahit pola kain yang sudah dipotong. Proses menjahit kemudian pemasangan aksesoris tambahan dilakukan oleh mitra jahit Ofelia. Dalam setiap proses produksi tim juga melakukan kontrol untuk memastikan kualitas produk

4) *Finishing*

Pada proses *finishing* Ofelia memeriksa kualitas produk yang sudah selesai dibuat dan menambahkan label atau tag pada produk

5) Pengemasan

Pada proses pengemasan Ofelia berusaha mengemas produk dengan rapi dan menarik kemudian menambahkan kartu ucapan dan identitas produk

6) Distribusi dan penjualan

Pada proses distribusi dan penjualan Ofelia perlu memisahkan produk yang akan dijual online dan produk untuk stok penjualan offline. Setelah itu produk didokumentasikan dan diunggah di media sosial dan *marketplace* kemudian produk siap dipasarkan.

2.3.4 Biaya Produksi

Biaya produksi berkaitan dengan seluruh pengeluaran untuk menjadi suatu produk jadi yang mencakup bahan baku kain, biaya jahit, hingga biaya kemasan. Setiap produk memiliki biaya yang berbeda-beda disesuaikan dengan bahan baku dan proses yang diperlukan. Sebagian besar biaya

produksi dikeluarkan untuk biaya jahit dikarenakan perusahaan belum memiliki alat jahit sendiri sehingga bekerjasama dengan para penjahit yang telah memiliki alat. Meskipun biaya yang dikeluarkan untuk proses jahit sangat besar, tetapi ini menjadi pertimbangan perusahaan di awal proses bisnis untuk tidak mengeluarkan investasi alat dalam jumlah yang besar.

Tabel 2.6 Biaya Produksi

Keterangan	Biaya	September 2025		Oktober 2025		November 2025		Desember 2025	
		Qty	Jumlah	Qty	Jumlah	Qty	Jumlah	Qty	Jumlah
Pouch Mini	Rp 5,000	50	Rp 250,000	30	Rp 150,000	0	Rp -	20	Rp 100,000
Ganci L	Rp 5,250	50	Rp 262,500	30	Rp 157,500	0	Rp -	20	Rp 105,000
Ganci M	Rp 4,800	40	Rp 192,000	30	Rp 144,000	10	Rp 48,000	30	Rp 144,000
Pengikat Kabel	Rp 4,450	20	Rp 89,000	0	Rp -	0	Rp -	0	Rp -
Lanyard Scrunchie	Rp 7,600	10	Rp 76,000	20	Rp 152,000	20	Rp 152,000	20	Rp 152,000
Lanyard Basic	Rp 6,600	10	Rp 66,000	20	Rp 132,000	20	Rp 132,000	10	Rp 66,000
Ganci Lipstik	Rp 5,770	0	Rp -	10	Rp 57,700	5	Rp 28,850	40	Rp 230,800
Dompot Kartu	Rp 6,220	0	Rp -	0	Rp -	0	Rp -	20	Rp 124,400
Total		180	Rp 935,500	140	Rp 793,200	55	Rp 360,850	160	Rp 922,200

Keterangan	Biaya	Januari 2026		Februari 2026		Maret 2026	
		Qty	Jumlah	Qty	Jumlah	Qty	Jumlah
Pouch Mini	Rp 5,000	40	Rp 200,000	80	Rp 400,000	60	Rp 300,000
Ganci L	Rp 5,250	25	Rp 131,250	20	Rp 105,000	20	Rp 105,000
Ganci M	Rp 4,800	35	Rp 168,000	30	Rp 144,000	30	Rp 144,000
Pengikat Kabel	Rp 4,450	5	Rp 22,250	0	Rp -	0	Rp -
Lanyard Scrunchie	Rp 7,600	5	Rp 38,000	20	Rp 152,000	20	Rp 152,000
Lanyard Basic	Rp 6,600	35	Rp 231,000	0	Rp -	10	Rp 66,000
Ganci Lipstik	Rp 5,770	35	Rp 201,950	20	Rp 115,400	10	Rp 57,700
Dompot Kartu	Rp 6,220	40	Rp 248,800	30	Rp 186,600	30	Rp 186,600
Total		220	Rp 1,241,250	200	Rp 1,103,000	180	Rp 1,011,300

Sumber: Data diolah, 2026

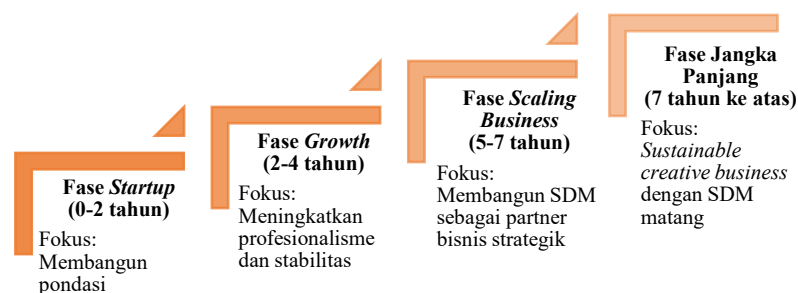
2.3.5 Tantangan Operasional dan Solusi

Tantangan yang dihadapi dalam proses produksi yakni mengenai pemakaian bahan dan peralatan yang belum maksimal. Walaupun menggunakan perca tidak dapat dipungkiri masih banyak sisa kain yang belum dimanfaatkan secara maksimal dikarenakan keterbatasan alat dan tim. Peralatan yang digunakan masih tergolong manual sehingga kapasitas produksi juga belum optimal. Utamanya pada proses memilah bahan dan menjahit yang masih kurang efisien. Sehingga kedepannya perlu diadakan peralatan yang mumpuni dan tim yang lebih mampu untuk mengolah bahan dan membuat produk secara baik serta maksimal.

Di sisi lain masing-masing produk belum memiliki standar yang jelas berkaitan dengan bahan baku yang digunakan. Setiap kain perca memiliki motif dan bahan yang berbeda-beda membuat produk yang dihasilkan juga tidak dapat seragam seperti mempengaruhi ketebalan maupun ukuran produk. Hal ini perlu diberikan standar yang pasti seperti pemilihan bahan khusus untuk produk tertentu agar dapat memenuhi ekspektasi konsumen. Hal lain yang perlu diperbaiki adalah perihal alur produksi khususnya untuk distribusi produk yang masih belum jelas tanggungjawabnya dikarenakan sebagian besar memiliki jam kerja yang fleksibel. Melihat semakin banyaknya pesanan yang masuk Ofelia perlu mempertimbangkan hal ini agar pesanan dapat samapi ke konsumen tepat waktu.

2.4 Pelaksanaan Aspek Sumber Daya Manusia

Pelaksanaan aspek sumber daya manusia menjadi salah satu fokus Ofelia dalam menjalankan bisnisnya. Merencanakan aspek ini sama halnya membangun pondasi bisnis agar dapat kuat dan bertahan menghadapi permasalahan yang ada. Perencanaan tersebut terdapat pada *roadmap* SDM Ofelia yang terbagi menjadi empat fase dan pada masing-masing fase memiliki fokus yang disesuaikan dengan tujuan dan harapan perusahaan. *Roadmap* ini dibuat untuk menjadi acuan pengembangan bisnis Ofelia khususnya pada aspek sumber daya manusia agar proses bisnis berjalan lebih terarah.



Sumber: Data diolah, 2026

Gambar 2.16 Roadmap SDM Ofelia

2.4.1 Kebutuhan Sumber Daya Manusia

Saat ini Ofelia berada di Fase *Startup* dan berfokus untuk membangun pondasi SDM yang sederhana namun memiliki tugas yang jelas dan dijalankan secara efektif. Selain itu kompensasi dijalankan secara adil dan transparan agar Ofelia memiliki tim yang solid dan selalu termotivasi. Beberapa posisi yang dibutuhkan dalam bisnis ini ada 4 orang, yakni posisi manajer, bagian *marketing*, bagian *material preparation*, dan bagian *sewing*. Beberapa prioritas utama yang dijalankan pada fase ini adalah membuat stuktur organisasi dan pembagian tugas yang jelas, menerapkan sistem kompensasi finansial berbasis *output*, kompensasi non-finansial, dan membangun budaya kerja INFUSE.

2.4.2 Deskripsi Pekerjaan dan Spesifikasi Pekerjaan

Dalam menjalankan bisnisnya Ofelia memiliki tim yang telah sesuai dengan kualifikasi dan kompetensi yang dibutuhkan. Hal ini dilakukan agar setiap bagian dapat menjalankan perannya dengan baik. Selain itu setiap pekerjaan dideskripsikan secara jelas untuk mempermudah setiap bagian dalam merealisasikan pekerjaan tersebut. Dikarenakan bisnis ini masih sangat baru tidak dapat dipungkiri membutuhkan kerjasama, masukan, maupun evaluasi dari semua karyawan dan pihak terkait. Berikut adalah bagian yang ada pada Ofelia:

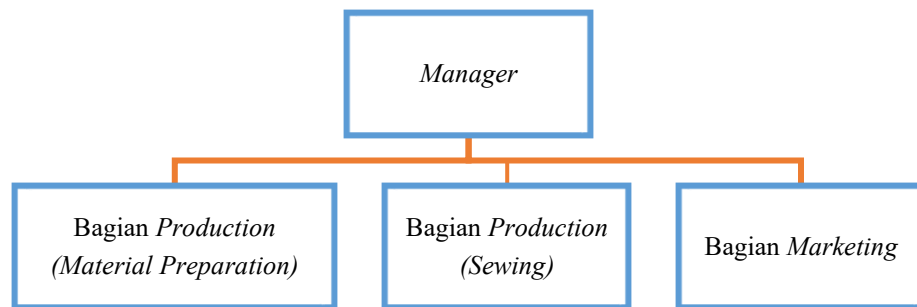
- 1) Manajer. Posisi manajer dipegang langsung oleh pemilik yang memiliki latar belakang pendidikan S1 Manajemen dan memiliki beberapa pengalaman di bidang organisasi. Selain itu manajer juga memiliki ketertarikan dalam isu lingkungan dan sosial sehingga hal ini dapat menjadi penunjang dalam pelaksanaan proses bisnis pada Ofelia. Manajer bertanggungjawab mengelola seluruh sumber daya perusahaan dan berperan penting dalam pengambilan keputusan strategis perusahaan. Di sisi lain manajer juga bertanggungjawab pada semua bagian dan

proses bisnis, namun juga membantu dalam administrasi, laporan keuangan, dan pengelolaan data bisnis Ofelia

- 2) *Marketing*. Posisi *marketing* diisi oleh seseorang yang memiliki latar belakang pendidikan S1 Ilmu Komunikasi dan beberapa kali bekerja *freelance* untuk pekerjaan konten kreator. Ditambah lagi ketertarikannya pada isu ramah lingkungan membuat bagian *marketing* lebih mudah untuk memahami tujuan bisnis ini. Bagian *marketing* bertanggungjawab membuat konten yang sesuai dengan tren pasar namun tetap mengutamakan nilai yang dibawa pada bisnis ini, yakni isu ramah lingkungan. Tugas yang perlu dilakukan oleh bagian ini antara lain membuat *content plan*, mempersiapkan bahan untuk konten dalam bentuk *script*, foto, video, kemudian masuk pada proses mengedit bahan konten dan nantinya konten di unggah pada sosial media Ofelia.
- 3) Bagian Produksi. Pada bagian produksi diisi oleh 2 orang, yakni bagian penjahit dan bagian *material preparation*. Bagian penjahit fokus pada proses menjahit produk sesuai pola dan bentuk yang sudah ditentukan. Sedangkan bagian *material preparation* bertugas untuk mempersiapkan bahan baku utama yakni kain untuk dipilah dan dicuci serta menyediakan bahan baku pendukung kemudian memotong kain sesuai pola yang sudah ditentukan. Tidak kalah penting bagian produksi juga bertugas memastikan setiap produk layak untuk dijual kepada konsumen.

2.4.3 Struktur Organisasi Aktual

Efektivitas fungsi setiap individu dalam organisasi dimulai dengan penetapan struktur organisasi yang jelas. Struktur organisasi akan mempermudah setiap bagian mendeskripsikan tugas dan tanggungjawabnya agar perannya dalam perusahaan dapat terealisasi dengan maksimal. Hal ini tidak hanya dibutuhkan oleh perusahaan yang sudah besar, tetapi justru bisnis baru perlu menerapkan struktur organisasi yang jelas agar pekerjaan tidak saling tumpang-tindih. Berikut adalah struktur organisasi Ofelia:



Sumber: Data diolah, 2025

Gambar 2.17 Struktur Organisasi

Dalam pelaksanaan bisnis ini pemilik membutuhkan tim untuk bekerjasama sehingga setiap tugas dapat diselesaikan oleh orang yang lebih ahli. Ofelia membagi timnya menjadi 3 bagian yakni manajer, pemasaran, dan produksi. Bagian manajer dipegang sendiri oleh pemilik agar dapat secara langsung mengawasi dan mengambil keputusan untuk setiap permasalahan. Selain itu manajer juga mengelola administrasi Ofelia seperti data keuangan dan administrasi bisnisnya.

Bagian pemasaran berfokus pada optimalisasi sosial media, pemasaran online, membuat konten, mengelola data seperti stok produk dan data penjualan. Bagian lainnya yakni bagian produksi terdiri dari dua orang, satu orang fokus pada proses menjahit dan satu orang lagi fokus pada proses memotong dan menyiapkan bahan baku pendukung. Meskipun Ofelia masih memiliki karyawan yang terbatas, tetapi dengan pembagian tugas yang jelas membuat proses bisnisnya berjalan lebih mudah dan terstruktur.

2.4.4 Biaya SDM

Kompensasi sumber daya manusia khususnya gaji karyawan menjadi salah satu biaya rutin bulanan yang dikeluarkan oleh Ofelia. Berikut disajikan data biaya sumber daya manusia untuk bulan September 2025-Maret 2026. Jumlah gaji yang didapatkan oleh karyawan disesuaikan dengan hasil kerja selama satu bulan. Pada bulan September 2025 *manager* dan bagian *marketing* belum mendapatkan gaji karena belum secara aktif

bekerja di Ofelia. Pada bulan tersebut gaji diberikan kepada bagian *sewing* dan bagian *material preparation* yang bertugas menyiapkan stok untuk bulan selanjutnya. Berikut disajikan data realisasi biaya sumber daya manusia Ofelia.

Tabel 2.7 Realisasi Biaya SDM

Biaya SDM	September	Oktober	November	Desember	Januari	Februari	Maret
Fee Manager	Rp -	Rp 300,000	Rp 300,000	Rp 300,000	Rp 300,000	Rp 300,000	Rp 300,000
Fee Marketing	Rp -	Rp 280,000	Rp 290,000	Rp 350,000	Rp 210,000	Rp 210,000	Rp 90,000
Fee Sewing	Rp 360,000	Rp 285,000	Rp 112,500	Rp 360,000	Rp 497,500	Rp 440,000	Rp 395,000
Fee Material Preparation	Rp 235,000	Rp 207,000	Rp 103,000	Rp 225,000	Rp 290,000	Rp 210,000	Rp 187,000
Total	Rp 595,000	Rp 1,072,000	Rp 805,500	Rp 1,235,000	Rp 1,297,500	Rp 1,210,000	Rp 1,022,000

Sumber: Data diolah, 2026

2.4.5 Evaluasi Kinerja Tim

Tim Ofelia sebagian besar bekerja sebagai *freelancer* dengan sistem kerja berbasis *output*. Pembagian tugas masing-masing sudah dijelaskan ketika awal diterima untuk bekerja disesuaikan dengan keahlian masing-masing. Dikarenakan pekerjaan tidak fokus pada satu tempat, terkadang beberapa pekerjaan tidak terselesaikan dengan baik sehingga diperlukan pengawasan lebih agar pekerjaan selesai dengan lebih efektif dan efisien. Salah satunya mengenai pembuatan konten yang perlu beberapa kali untuk direvisi karena terdapat perbedaan mengenai konsep yang dimaksud.

Dikarenakan bisnis ini tergolong baru, tidak dapat dipungkiri juga pemberian kompensasi masih sangat perlu ditingkatkan. Dengan sistem kerja yang ditetapkan kompensasi menjadi salah satu komponen penting agar karyawan dapat melaksanakan tugas dengan baik dan tepat waktu. Sehingga kedepannya perlu dipertimbangkan lagi mengenai pemberian kompensasi disesuaikan dengan tugas yang diberikan. Sistem kerja yang fleksibel membuat interaksi antar karyawan masih sangat terbatas sehingga perlu adanya satu atau beberapa kesempatan untuk mengadakan evaluasi bersama atau pertemuan secara langsung untuk membangun hubungan antar

karyawan. Hal ini perlu dilakukan untuk dapat membangun tim yang kompak agar dapat mencapai tujuan bersama.

2.5 Pelaksanaan Aspek Keuangan

2.5.1 Realisasi Kebutuhan Modal

Dalam menjalankan bisnisnya Ofelia memerlukan beberapa barang yang digunakan untuk operasional bisnis. Selain itu modal kerja diperlukan untuk memenuhi kebutuhan proses bisnis sehari-sehari. Berikut disajikan tabel total investasi yang berisi total pembelian aset dan total modal kerja. Tabel tersebut disajikan untuk memaparkan alokasi dana yang telah direalisasikan pada bisnis Ofelia. Adapun rinciannya pembeliannya adalah sebagai berikut:

Tabel 2.8 Total Investasi Awal

Pembelian Aset							
Nama Barang			Harga				
Box Kontainer			Rp	85,000			
Storage			Rp	120,000			
Gunting Kain			Rp	60,000			
Alas Potong Kain			Rp	60,000			
Penggaris			Rp	30,000			
Total			Rp	355,000			
Modal Kerja							
Nama Barang			Jumlah		Harga		Total
Pouch Mini Alcea			50	pcs	Rp	5,000	Rp 250,000
Ganci L Brassica			50	pcs	Rp	5,250	Rp 262,500
Ganci M Brassica			40	pcs	Rp	4,800	Rp 192,000
Pengikat Kabel Clarcia			20	pcs	Rp	4,450	Rp 89,000
Lanyard Scrunchie Dianella			10	pcs	Rp	7,600	Rp 76,000
Lanyard Basic Dianella			10	pcs	Rp	6,600	Rp 66,000
Stiker			10	lembar	Rp	5,500	Rp 55,000
Plastik Packaging			1	pack	Rp	30,000	Rp 30,000
Gaji			1	bulan	Rp	70,000	Rp 70,000
Biaya Promosi			1	bulan	Rp	50,000	Rp 50,000
Biaya Transportasi			1	bulan	Rp	100,000	Rp 100,000
Total							Rp 1,240,500

Total Investasi Awal	Rp 1,595,500
-----------------------------	---------------------

Sumber: Data diolah, 2026

Tabel di atas memaparkan mengenai pengeluaran untuk investasi awal Ofelia. Dikarenakan beberapa proses produksi tidak dilakukan dalam satu tempat, berkaitan dengan karyawan yang bekerja secara *freelance* sehingga tidak banyak alat yang dibeli. Beberapa peralatan untuk menunjang proses bisnis Ofelia lebih banyak untuk menyimpan stok bahan baku maupun produk yang sudah jadi seperti box container dan *storage*. Kemudian data di atas juga menampilkan modal kerja Ofelia dalam satu bulan, yakni di bulan September 2025 untuk persiapan stok produk. Total biaya untuk pembelian aset adalah Rp 355,000 dan untuk modal kerja sebesar Rp 1,240,500, sehingga total investasi awal Ofelia adalah sebesar Rp 1,595,500.

2.5.2 Rekap Penjualan, Biaya, dan Laba Bulanan

Berdasarkan aktivitas bisnis yang telah dijalankan berikut disajikan rekap penjualan untuk melihat tingkat penjualan, biaya yang dikeluarkan untuk proses bisnis, dan laba yang diperoleh pada setiap bulannya. Laporan akan disajikan dalam periode bulanan mulai dari bulan September 2025 hingga Maret 2026. Laporan tersebut dapat menjadi bahan evaluasi untuk melihat proses bisnis dan perputaran modal pada Ofelia. Dengan menggunakan data tersebut pula dapat diketahui bagaimana kinerja keuangan Ofelia dan bagaimana profitabilitas usahanya untuk menjadi acuan penetapan strategi kedepannya.

Tabel 2.9 Rekap Penjualan dan Laba Bulanan

Keterangan	September	Oktober	November	Desember	Januari	Februari	Maret
Penjualan	Rp 718,500	Rp 437,000	Rp 1,345,500	Rp 2,383,000	Rp 2,775,000	Rp 2,855,500	Rp 2,098,500
Biaya Variabel							
Biaya Produksi	Rp 935,500	Rp 793,200	Rp 360,850	Rp 922,200	Rp 1,241,250	Rp 1,103,000	Rp 1,011,300
Biaya Distribusi	Rp 72,000	Rp 45,000	Rp 135,000	Rp 240,000	Rp 280,000	Rp 286,000	Rp 210,000
Total Biaya Variabel	Rp 1,007,500	Rp 838,200	Rp 495,850	Rp 1,162,200	Rp 1,521,250	Rp 1,389,000	Rp 1,221,300
Margin Laba	-Rp 289,000	-Rp 401,200	Rp 849,650	Rp 1,220,800	Rp 1,253,750	Rp 1,466,500	Rp 877,200
Biaya Tetap							
Fee Manager	Rp -	Rp 300,000	Rp 300,000	Rp 300,000	Rp 300,000	Rp 300,000	Rp 300,000
Fee Marketing	Rp -	Rp 280,000	Rp 290,000	Rp 350,000	Rp 210,000	Rp 210,000	Rp 90,000
Fee Material Preparation	Rp 70,000	Rp 70,000	Rp 40,000	Rp 70,000	Rp 70,000	Rp -	Rp -
Biaya Marketing	Rp 50,000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 100,000	Rp -	Rp -
Biaya Lain-lain	Rp 50,000	Rp 50,000	Rp 50,000	Rp 50,000	Rp 50,000	Rp 50,000	Rp 50,000
Total Biaya Tetap	Rp 170,000	Rp 700,000	Rp 680,000	Rp 770,000	Rp 730,000	Rp 560,000	Rp 440,000
Total Biaya	Rp 1,177,500	Rp 1,538,200	Rp 1,175,850	Rp 1,932,200	Rp 2,251,250	Rp 1,949,000	Rp 1,661,300
Laba Bersih	-Rp 459,000	-Rp 1,101,200	Rp 169,650	Rp 450,800	Rp 523,750	Rp 906,500	Rp 437,200
Ramalan Laba Bersih	-Rp 1,186,778	-Rp 564,931	-Rp 288,234	Rp 12,863	Rp 313,963		
Selisih	Rp 727,778	-Rp 536,269	Rp 457,884	Rp 437,937	Rp 209,787	Rp 906,500	Rp 437,200

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan laporan keuangan di atas Ofelia menunjukkan peningkatan pada laba dan penjualannya walaupun tidak dapat dipungkiri angka ini masih sangat jauh dari harapan dan ramalan yang telah diinginkan sebelumnya. Pada bulan Oktober 2025 misalnya Ofelia hanya mendapatkan omzet sebesar Rp 437,000 sedangkan total biaya yang dikeluarkan mencapai Rp 1,538,200. Pada bulan tersebut Ofelia hanya fokus untuk meluncurkan produk baru untuk bulan Desember 2025 dan mengesampingkan promosi untuk penjualan. Kedepannya hal seperti ini harus direncanakan menggunakan strategi yang lebih baik lagi agar keduanya dapat berjalan beriringan atau pun Ofelia dapat memilih hal yang lebih perlu diprioritaskan.

Total biaya tetap yang meningkat setiap bulannya juga sangat mempengaruhi keuangan perusahaan. Namun kuncinya tetap pada penjualan Ofelia yang perlu ditingkatkan. Pada bulan November 2025-Maret 2026 penjualan mengalami peningkatan namun tidak signifikan. Sehingga perlu dilakukan kerjasama antar tim agar dapat mencapai target yang diinginkan. Salah satu poin penting yakni mengenai strategi

pemasaran yang efektif akan membuat Ofelia menjangkau pasar yang lebih luas dan membuat konsumen untuk tertarik pada produk yang ditawarkan. Selain itu Ofelia perlu meninjau ulang strategi harga yang ditawarkan agar menemukan keseimbangan antara pendapatan dan biaya yang dikeluarkan.

BAB III

IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH

3.1 Identifikasi Masalah

Pertanyaan penelitian pada bab sebelumnya muncul dikarenakan adanya beberapa permasalahan yang terjadi pada Ofelia dan kemudian perlu diidentifikasi lebih lanjut. Pertanyaan penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana implementasi dan efektivitas sistem kompensasi finansial berbasis *output* dalam mendorong peningkatan kinerja karyawan pada bisnis Ofelia?
- 2) Bagaimana implementasi dan efektivitas sistem kompensasi non-finansial dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan pada bisnis Ofelia?

3.2 Tinjauan Teori

3.2.1 Kompensasi

Kompensasi adalah total imbalan yang diberikan kepada karyawan sebagai bentuk balas jasa atas pekerjaan yang telah dilakukan (Mondy & Noe, 1996). Dampak kompensasi tergantung pada pasokan pekerja terampil dan kemampuan perusahaan untuk mengubah kemajuan teknologi menjadi peningkatan produktivitas (Garofalo *et al.*, 2025). Kompensasi menjadi salah satu bukti tanggungjawab perusahaan untuk tetap memenuhi hak-hak karyawan di tengah berbagai pilihan sistem kerja yang bermacam-macam. Tidak kalah penting bagaimana perusahaan membuat sistem kompensasi akan berpengaruh terhadap seberapa tertarik seseorang yang berbakat untuk bergabung dalam perusahaan tersebut.

Kompensasi harus ditetapkan dengan pertimbangan bahwa jumlah yang diberikan sebanding dengan pelayanan yang sudah karyawan lakukan. Karyawan juga mempertimbangkan kebutuhan pribadi yang harus dipenuhi dengan cara menjual kemampuan, kompetensi, tenaga, dan waktu untuk

ditukar dengan imbalan yang akan diberikan (Sudaryo *et al.*, 2018). Sehingga sudah selayaknya karyawan mencari perusahaan yang memang memberikan kompensasi yang sesuai dengan apa yang telah diharapkan. Struktur kompensasi yang adil juga dapat meningkatkan motivasi dan efisiensi, sementara bonus terkait kinerja dapat meningkatkan kinerja perusahaan (Liu *et al.*, 2025).

Kompensasi karyawan mencakup kompensasi finansial dan non-finansial yang diberikan sebagai bentuk pengakuan atas kinerja karyawan (Garofalo *et al.*, 2025; Wan & Jiang, 2026). Salah satu hal mendasar dan melekat pada kompensasi adalah transparansi dan keadilan. Konsep keadilan adalah keseimbangan antara apa yang dilakukan oleh seseorang (masukan) dengan apa yang didapatkan (hasil) (Mathis & Jackson, 2006). Keadilan yang dimaksud tidak hanya didasarkan pada tolak ukur antar karyawan, tetapi ini jauh lebih kompleks. Regulasi yang ada mengenai kompensasi seperti Upah Minimum Provinsi maupun Upah Minimum Kabupaten/Kota menjadi acuan penting dalam penetapan gaji karyawan.

Aspek penting lain dari kompensasi finansial adalah transparansi yang dimulai ketika kedua belah pihak mengkomunikasikan harapan karyawan. Di sisi lain kejelasan terhadap tujuan organisasi dan menjabarkan sistem kerja yang mudah dipahami oleh karyawan menjadi salah satu hal penting yang harus disampaikan oleh perusahaan. Meskipun beban kerja terasa berat dan lingkungan kerja penuh tekanan, namun karyawan di perusahaan pemula setara Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) cenderung menetap di perusahaan jika memberikan visi dan pertumbuhan kehidupan pribadi yang jelas, terlepas dari jumlah gaji dan tunjangan yang diberikan (Kang & Yim, 2024). Dengan transparansi ini calon karyawan tidak akan mudah menyerah bahkan untuk menolak bergabung dengan perusahaan.

3.2.2 Kompensasi Finansial Berbasis *Output*

Kompensasi finansial seringkali dipandang sebagai biaya karena mengeluarkan sejumlah uang untuk karyawan (Edison *et al.*, 2017). Namun apabila pandangan tersebut digeser menjadi aset maka ketika perusahaan mendapatkan karyawan yang kompeten ini justru menguntungkan bagi perusahaan. Menempatkan karyawan sebagai aset terpenting di era modern ini juga menjadi prioritas bagi perusahaan. Sehingga mengutamakan hak-hak karyawan menjadi keputusan yang krusial dan harus diprioritaskan. Ketika karyawan merasa kontribusinya dihargai dengan adil, maka memungkinkan karyawan untuk secara maksimal ikut andil dalam mencapai tujuan jangka panjang perusahaan.

Kecanggihan teknologi yang bahkan sudah dialami banyak perusahaan saat ini memberikan banyak pilihan tentang model pekerjaan. Di tambah lagi dengan munculnya COVID-19 mempercepat munculnya otomatisasi seperti kerja secara fleksibel, baik waktu maupun jam kerja. *Freelancer* adalah istilah yang dipakai untuk karyawan yang bekerja secara fleksibel. Pekerja seperti ini biasanya memiliki skill khusus sehingga dapat secara independen bekerja di satu atau lebih perusahaan dan memiliki kebebasan untuk mengatur waktu untuk bekerja. Meskipun tidak dapat dipungkiri pendapatan yang dihasilkan tidak menentu tergantung pada seberapa besar dan banyaknya pekerjaan yang dilakukan.

Menurut Brenan dan Harter menyatakan bahwa manfaat utama dari kerja fleksibel adalah tidak adanya perjalanan pulang pergi dan keseimbangan kehidupan kerja yang lebih (Ben-Gal *et al.*, 2022). Hal ini menjadi pertimbangan bagi karyawan untuk memperbaiki pola kerja konvensional yang telah berjalan sebelumnya. Kemudahan dari pekerjaan fleksibel tidak hanya dirasakan oleh karyawan tetapi juga oleh perusahaan. Hal tersebut berkaitan dengan anggaran untuk ruang kerja, fasilitas kerja, dan perusahaan berpeluang untuk mendapatkan tenaga kerja yang lebih murah berasal dari daerah-daerah meskipun perusahaan berada di kota dengan biaya hidup mahal (Ben-Gal *et al.*, 2022).

Meskipun belum ada standar yang jelas mengenai kompensasi yang tepat untuk *freelancer*, tetapi upah minimum yang ditetapkan oleh pemerintah dapat menjadi acuan untuk mempertimbangkan jumlah gaji yang diberikan. Menurut Card dan Krueger manfaat jangka pendek dari pengenalan upah minimum wajib yakni dapat secara langsung menguntungkan karyawan yang masih berpenghasilan kecil untuk berkontribusi dalam pengurangan jumlah kemiskinan dan peningkatan standar hidup (Garofalo *et al.*, 2025). Oleh karena itu tidak dapat dipungkiri banyak pelaku usaha kecil yang memberikan kompensasi finansial berupa gaji berdasarkan hasil kerja karyawan.

Awalnya gaji berdasarkan hasil atau *output* biasanya diterapkan untuk pekerjaan manual. Namun perkembangan teknologi memunculkan berbagai macam pekerjaan yang justru bersifat fleksibel dan berbasis proyek. Sistem penggajian ini sangat sederhana, jumlah gaji ditentukan oleh jumlah upah per produk dan banyak produk yang dihasilkan. Tantangan dari skema penggajian ini adalah perlu adanya pemantauan yang ketat agar gaji yang diterima sesuai dengan hasil kerja atau pun kenaikan pada hasil produksi (Busro, 2018). Sehingga penting bagi perusahaan untuk menentukan standar yang jelas untuk menilai hasil kerja karyawan agar tercapai rasa adil dan transparansi dalam pemberian kompensasi.

3.2.3 Kinerja Karyawan

Dalam proses mencapai tujuan perusahaan salah satu faktor penting yang harus terus dipantau adalah kinerja karyawan. Kinerja didefinisikan sebagai aktivitas atau perilaku yang berkontribusi untuk tujuan namun dilakukan dibawah kendali pribadi (Celikturk Doruker *et al.*, 2025). Menurut Mathis dan Jacson, indikator kinerja karyawan adalah kualitas kerja, kuantitas kerja, waktu kerja, dan kerjasama dengan rekan kerja (Sudaryo *et al.*, 2018). Pada kinerja tradisional penilaian hanya fokus pada kualitas, kuantitas *outputnya*, maupun atribut individu. Namun semakin berkembangnya sistem kerja di era teknologi ini, kinerja dipengaruhi oleh

banyak elemen yang mengelilinginya. Elemen tersebut dapat berasal dari internal maupun eksternal, seperti kemampuan inovasi, efektivitas kerja, maupun tingkat kolaborasi (Wan & Jiang, 2026).

Kinerja karyawan akan meningkat jika karyawan memiliki kemampuan yang mumpuni dibarengi dengan motivasi kerja yang kuat (Sulistiyan & Rosidah, 2009). Penting bagi perusahaan untuk mempertimbangkan antara harapan karyawan dan tujuan perusahaan untuk mendapatkan solusi terhadap keduanya. Kedua hal tersebut berkesinambungan satu sama lain dan mempengaruhi secara kuat jika semuanya berjalan beriringan. Baik secara tim maupun individu ketika karyawan gagal maka yang dipertaruhkan adalah tujuan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan perlu melibatkan berbagai pihak agar kinerja karyawan memenuhi kebutuhan perusahaan.

Pada dasarnya setiap karyawan memang memiliki tingkat kinerja yang berbeda-beda, tetapi ketika karyawan memiliki tingkat kinerja yang tinggi maka apapun yang direncanakan dan ditargetkan oleh perusahaan akan dapat terealisasi. Kesesuaian tujuan ini sangat penting untuk meningkatkan kinerja dengan cara memperkuat persepsi karyawan bahwa tujuan yang dicapai adalah tujuan bersama dan dapat dicapai ketika karyawan melakukan hal yang selaras dengan yang diharapkan (Baydeniz *et al.*, 2025). Sehingga informasi mengenai kinerja karyawan perlu dievaluasi dan ditindaklanjuti secara berkala.

3.2.4 Pengaruh Kompensasi Finansial Berbasis *Output* terhadap Kinerja Karyawan

Baik atau buruk kinerja perusahaan dapat dipengaruhi oleh penetapan dan penyesuaian kompensasi karyawan (Liu *et al.*, 2025). Kompensasi finansial menjadi salah satu aspek yang umum dipertimbangkan karyawan untuk memilih suatu pekerjaan. Jumlah gaji yang diberikan juga dapat menggambarkan bagaimana perusahaan memperlakukan karyawannya. Di perusahaan besar kepuasan tertinggi terdapat pada aspek keseimbangan

kehidupan kerja dan pertumbuhan karir pribadi, sedangkan pada bisnis kecil aspek penting yang diutamakan adalah kompensasi dan kesejahteraan agar mencapai kepuasan kerja (Kang & Yim, 2024).

Di luar aturan mengenai kompensasi perusahaan memiliki keleluasaan terhadap sistem dan jumlah gaji yang dapat disesuaikan dengan kondisi maupun kepentingan perusahaan. Namun mempertimbangkan kepuasan kerja karyawan melalui kompensasi perlu dilakukan agar perusahaan menciptakan lingkungan yang sehat untuk berbagai pihak. Namun setiap orang memiliki pandangan yang berbeda mengenai harapannya terhadap kompensasi atas pekerjaannya ada yang lebih tertarik pada pengalaman, jumlah gaji, lingkungan kerja yang positif, maupun jenis pekerjaan yang menantang (Nguyen *et al.*, 2024). Sehingga penting bagi perusahaan untuk memiliki informasi mengenai harapan karyawan atas pekerjaan pada perusahaan terkait.

Ketika para pemimpin menyelaraskan harapan perusahaan dan apa yang dipahami oleh karyawan, maka seluruh pihak akan lebih yakin dengan yang diharapkan atas pekerjaan yang telah dilakukan (Zheng *et al.*, 2025). Sebaliknya jika pemimpin tidak dapat menyampaikan pesan secara konsisten mengenai peran harapan atas peran masing-masing karyawan maka hal ini dapat menimbulkan kebingungan dalam memposisikan diri dan menciptakan ambiguitas dalam pekerjaan (Zheng *et al.*, 2025). Ketika kedua belah pihak memenuhi tanggungjawabnya, karyawan terhadap kinerjanya dan perusahaan terhadap kompensasinya maka akan menghasilkan hubungan yang positif untuk perusahaan. Hal ini perlu dipahami bukan sebagai beban tetapi hubungan positif yang menguntungkan kedua belah pihak.

Kompensasi merupakan alat motivasi utama yang membentuk perilaku karyawan dan kinerja organisasi (Zhao *et al.*, 2025). Pada beberapa perusahaan yang baru berkembang memberikan gaji dan bonus diharapkan bukan hanya menjadi transaksi untuk balas jasa tetapi lebih kepada cara

perusahaan untuk mendorong semangat kerja agar menghasilkan kinerja yang optimal. Meskipun tidak dapat dipungkiri kinerja karyawan tidak dapat secara langsung dipengaruhi oleh kompensasi finansial saja, tetapi juga didukung bagaimana lingkungan kerja mendukungnya untuk produktif yang menghasilkan hasil kerja yang terbaik.

3.2.5 Kompensasi Non-Finansial

Berbeda dengan kompensasi finansial yang bertujuan untuk imbalan atas pekerjaan masa lampau, kompensasi non-finansial diterapkan untuk membangun hubungan jangka panjang menggunakan pendekatan psikologis karyawan. Keterlibatan emosi antara karyawan dan atasan perlu tetap dijaga agar keduanya dapat menerima setiap keputusan yang diambil dengan tujuan untuk kebaikan perusahaan (Lochner *et al.*, 2025). Pendekatan yang dilakukan lebih kepada aspek emosional, menurut Mondy hal tersebut mencakup lingkup pekerjaan, lingkungan pekerjaan, dan fleksibilitas tempat kerja (Sudaryo *et al.*, 2018). Potensi kreatif individu dapat ditingkatkan ketika ketrampilan, kemampuan, dan kondisi mental selaras dengan sumber daya lingkungan yang tersedia sehingga dapat meningkatkan proses kreativitas karyawan (Bougadir *et al.*, 2025).

Dengan orientasi jangka panjang ini bukan berarti ada yang lebih baik diantara keduanya, tetapi justru saling melengkapi dan terjadi kelekatan antara karyawan dengan perusahaan melalui pemimpin. Menurut Mumford *et al* ketika pemimpin memberikan ruang yang aman secara psikologis, menciptakan komunikasi terbuka, dan menghargai perilaku inovatif akan lebih cenderung menginspirasi karyawan agar menghasilkan ide-ide baru dan bermanfaat (He *et al.*, 2025). Sangat penting bagi perusahaan untuk menerapkan sistem yang menyelaraskan tujuan karyawan dengan tujuan organisasi, memberikan umpan balik kinerja secara berkala, dan mengakui pekerjaan luar biasa yang dilakukan karyawan melalui penghargaan atau promosi agar semakin memotivasi untuk tujuan sekaligus kontribusi positif terhadap kesuksesan bisnis (Siraj & Hågen, 2023).

Membangun hubungan secara psikologis dengan karyawan tidak harus diwujudkan melalui hal yang berkaitan dengan penggunaan keuangan perusahaan dalam jumlah yang besar. Menurut Maria ketika karyawan merasa terikat, maka akan berusaha untuk mendukung penuh tujuan perusahaan, mengerahkan tenaganya dengan maksimal, dan meningkatkan kinerja melalui layanan dan menyelesaikan pekerjaan dengan lebih baik (Osei *et al.*, 2026). Hal ini dapat dimulai dengan membangun lingkungan yang positif dengan melibatkan karyawan dalam pengambilan keputusan yang wajar, menghargai masukan dan pendapat, maupun menciptakan fleksibilitas kerja yang mendukung. Selain itu pekerjaan yang menarik, tujuan yang jelas dan unik, atau pun pekerjaan yang menantang akan menarik minat karyawan baru yang memiliki semangat belajar tinggi.

3.2.6 Motivasi Kerja Karyawan

Motivasi adalah dorongan dari dalam diri untuk melakukan suatu aktivitas agar mencapai tujuan tertentu (Armstrong, 2003). Pemberian motivasi yang tepat akan membuat karyawan berfikir dapat berkontribusi secara maksimal untuk tujuan organisasi dan mendapatkan banyak pencapaian untuk kemajuan bisnis yang artinya individu tersebut juga dapat mencapai keinginan pribadinya. Menurut Kraimer *et al.*, ketika karyawan melihat peluang yang cukup untuk kemajuan karirnya, hal ini akan meningkatkan motivasi untuk berprestasi dan berkontribusi pada tujuan organisasi (Kim *et al.*, 2025). Faktor motivasi menyentuh manusia dari segi emosinya untuk menimbulkan rasa senang, puas, dan cinta terhadap pekerjaan yang sedang dilakukan.

Kebutuhan psikologis dasar manusia perlu dipenuhi meskipun masing-masing orang memiliki kepribadian dan preferensi yang berbeda-beda. Gangne dan Deci menyebut kebutuhan psikologis dasar tersebut berupa kompetensi (kebutuhan mempengaruhi hasil pekerjaan sendiri), keterhubungan (kebutuhan untuk terhubung dengan orang lain), dan otonomi (kebutuhan untuk mengendalikan perilaku diri sendiri) (Saether,

2019). Hal penting lain yang perlu diperhatikan perusahaan yakni sebelum ada tunjangan yang kompleks atau kebijakan yang beragam diimplementasikan, lingkungan inti harus terlebih dahulu dipastikan dapat menjamin keselamatan fisik, kesejahteraan fisiologi, dan mengubah kondisi kerja menjadi perlindungan strategis bagi tenaga kerja (Yimsook & Theerakosonphong, 2026). Dengan pendekatan ini karyawan merasa lebih diterima dan dihargai keberadaannya.

Bagaimana perusahaan membangun hubungannya dengan karyawan dan membuka luas ruang komunikasi maka akan meningkatkan keberhasilan suatu inovasi di tempat kerja (Muenjohn *et al.*, 2024). Di tengah banyaknya kemudahan ini dan pilihan cara berkomunikasi, mempertimbangkan aspek emosional dengan cara hadir langsung dan berkomunikasi secara tatap muka tetap menjadi salah satu opsi agar hubungan baik antara atasan dan karyawan tetap terjalin dengan baik (Lochner *et al.*, 2025). Sehingga karyawan akan memiliki semangat tinggi, merasa antusias, dan kuat secara mental bahkan ketika menghadapi tantangan ketika bekerja. Hal ini juga mendukung pendapat Masa'deh *et al* bahwa para pemimpin yang bertindak sebagai pelatih atau mentor yang mendorong kontribusi karyawan dalam lingkungan yang menarik dan memotivasi akan berpengaruh pada kinerja individu secara keseluruhan (Nguyen *et al.*, 2024).

3.2.7 Pengaruh Kompensasi Non-Finansial terhadap Motivasi Kerja Karyawan

Motivasi kerja yang tinggi akan berpengaruh terhadap bagaimana seorang karyawan akan bekerja. Untuk melihat motivasi kerja karyawan, salah satu ahli MC Clelland mengungkapkan beberapa indikator yang dapat digunakan yakni *achievement*, *affiliation*, dan *power* (Sulistiyani & Rosidah, 2009). Hal lain yang lebih penting dari sekedar karyawan termotivasi atau tidak adalah sebab dari motivasi itu sendiri. Banyak hal yang dapat membuat seseorang termotivasi untuk melakukan suatu pekerjaan. Menurut Ryan individu yang memiliki sifat tertentu dapat menciptakan atau mencari

lingkungan yang dapat memenuhi kebutuhan mereka sehingga dapat mendorong motivasi yang mereka ciptakan sendiri (Nicuță *et al.*, 2025).

Selain melalui gaji dan bonus perusahaan dapat menggunakan cara lain untuk membuat seorang karyawan termotivasi yakni dengan memenuhi aspek kompensasi non-finansial. Aspek ini lebih menekankan pada pendekatan emosional dan pada perusahaan besar berkembang menjadi pendekatan yang dapat meningkatkan kapasitas dan kualitas karyawan itu sendiri. Pada perusahaan yang baru berkembang, hal ini dapat dimulai dengan melakukan pendekatan yang konsisten melalui lingkungan kerja yang aman dan nyaman. Lingkungan yang tetap memprioritaskan nilai-nilai etika dan pendekatan yang konsisten akan lebih mudah bagi karyawan untuk merasa diterima, merasa memiliki, dan beradaptasi dengan pekerjaan dan lingkungan kerja (Baydeniz *et al.*, 2025).

Implementasi kompensasi non-finansial pada perusahaan yang baru berkembang umumnya belum dapat dipahami sebagai perilaku yang jelas dan terstruktur. Dalam hal ini memerlukan kepemimpinan yang dapat menjadi katalisator kreativitas karyawan dengan memberikan visi, dukungan, dan pengakuan (He *et al.*, 2025). Selain itu pemimpin dapat menterjemahkan menjadi komitmen yang diterapkan dalam proses kerja sehari-hari berupa membangun komunikasi yang baik, melibatkan karyawan dalam pengambilan keputusan, mengapresiasi karyawan, menyediakan tempat, dan waktu kerja yang fleksibel.

Komunikasi yang baik tercermin dari keterbukaan antara kedua belah pihak dalam mengutarakan pendapat mengenai suatu hal. Penggunaan bahasa yang lembut dalam menyampaikan pendapat akan menghasilkan sikap yang lebih positif (simpati dan empati) terhadap lawan bicara agar dapat menghasilkan kesepakatan negosiasi yang lebih baik dibandingkan dengan penggunaan bahasa yang lebih agresif (Maaravi & Segal, 2022). Karyawan yang juga dilibatkan dalam pengambilan keputusan yang wajar akan merasa dirinya memiliki peran dalam pekerjaan tersebut dan dapat

turut berkontribusi pula pada ketahanan perusahaan dalam mengatasi perubahan maupun tantangan (Nguyen *et al.*, 2024).

Kemajuan digital juga banyak menyediakan pilihan mengenai fleksibilitas kerja sebagai bentuk menciptakan lingkungan kerja yang lebih efektif dan efisien. Menurut Hill *et al.*, jam kerja fleksibel terkait dengan keseimbangan yang lebih baik antara pekerjaan dan kehidupan pribadi menawarkan manfaat signifikan bagi individu dan organisasi sehingga karyawan dapat memiliki kendali atas waktu kerja (Herrera-Ballesteros *et al.*, 2025). Bekerja dari rumah menawarkan fleksibilitas baru dan memungkinkan para pekerja mengatur pekerjaan dan kehidupan pribadinya dengan cara yang lebih menguntungkan (Rebelo *et al.*, 2025). Menurut Stefani *et al.* dan Rusilowati *et al.*, organisasi yang menerapkan pengaturan kerja fleksibel dalam bisnis menyadari bahwa pola kerja menuju fleksibilitas dapat berdampak positif pada keseimbangan yang lebih baik antara pekerjaan dan kehidupan pribadi karyawan (Arifah *et al.*, 2025).

Karyawan yang aktif terlibat dan memiliki hubungan emosional dengan pekerjaan akan merasa bangga dengan perannya yang menjadi bagian dari suatu perusahaan (Arifah *et al.*, 2025). Di sisi lain ketika karyawan yang juga merasa dihargai maka akan lebih mandiri sehingga cenderung menghasilkan dan menerapkan ide-ide baru (Mahmood *et al.*, 2025). Keterlibatan karyawan dalam mengendalikan pekerjaannya akan menumbuhkan rasa memiliki dan semangat untuk berusaha mencapai tujuan perusahaan (Z. Liu *et al.*, 2026). Rasa memiliki dan semangat dapat menjadi salah satu ciri karyawan tersebut termotivasi untuk memberikan hasil kerja yang optimal dan menunjang tercapainya tujuan perusahaan.

3.3 Implementasi Strategi dan Pemecahan Masalah

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara kepada karyawan Ofelia. Wawancara dilakukan secara online dan offline, tetapi hal ini tidak mempengaruhi proses komunikasi antara kedua belah pihak. Pertanyaan yang diajukan bersifat semi-

terstruktur agar karyawan dapat lebih terbuka dalam menjawab dan menyampaikan informasi yang ada di lapangan. Wawancara ini diajukan kepada tiga karyawan yang bekerja dengan sistem *freelance*. Berikut disajikan informasi mengenai masing-masing informan.

Tabel 3.10 Informasi Informan

Kode Informan	Jenis Kelamin	Jabatan	Status Kerja	Umur
K1	Perempuan	Bagian <i>Marketing</i>	<i>Freelance</i>	26 tahun
K2	Perempuan	Bagian <i>Material Preparation</i>	<i>Freelance</i>	27 tahun
K3	Perempuan	Bagian <i>Sewing</i>	<i>Freelance</i>	25 tahun

Sumber: Data diolah, 2026

3.3.1 Sistem Kompensasi Finansial Berbasis *Output*

a) Implementasi Sistem Kompensasi Finansial Berbasis *Output*

Di awal bisnis ini berjalan Ofelia masih berfokus pada kompensasi finansial berupa gaji pokok. Gaji pokok yang diberikan pada setiap karyawan tidaklah sama, tetapi menyesuaikan dengan hasil kerja karyawan. Kesepakatan angka untuk gaji diperoleh dengan cara diskusi di awal antara manajer dan karyawan. Topik yang dibahas ketika diskusi adalah mengenai jumlah gaji, waktu penggajian, sistem kerja, dan aturan-aturan dalam perusahaan. Hal ini diharapkan menjadi langkah awal agar karyawan memiliki rasa tanggungjawab dan rasa memiliki dengan perusahaan.

Ofelia menerapkan kompensasi finansial dengan sistem berbasis *output* dikarenakan sejalan dengan sistem kerja karyawannya yakni *freelance*. Dengan sistem kompensasi ini Ofelia lebih mudah untuk menghitung berdasarkan hasil kerja karyawannya. Meskipun tidak semua tugas dapat diukur dengan angka seperti memilah dan mencuci pakaian untuk bahan baku serta proses pengambilan foto dan video produk untuk keperluan *marketing*. Namun proses diskusi ketika awal bekerja menjadi salah satu cara untuk meminimalisir ketidakadilan

dalam pemberian kompensasi. Berikut disajikan data kompensasi finansial berbasis *output* pada Ofelia.

Tabel 3.11 Data Kompensasi Finansial Berbasis *Output*

MARKETING															
Produk	Harga	September		Oktober		November		Desember		Januari		Februari		Maret	
		Qty	Jumlah	Qty	Jumlah	Qty	Jumlah	Qty	Jumlah	Qty	Jumlah	Qty	Jumlah	Qty	Jumlah
Konten (Feed/Reel)	Rp 30,000	0	Rp -	0	Rp -	3	Rp 90,000	4	Rp 120,000	0	Rp -	3	Rp 90,000	0	Rp -
Take Foto/Video	Rp 50,000	0	Rp -	4	Rp 200,000	2	Rp 100,000	2	Rp 100,000	3	Rp 150,000	2	Rp 100,000	1	Rp 50,000
Offline Meeting	Rp 20,000	0	Rp -	4	Rp 80,000	5	Rp 100,000	4	Rp 80,000	3	Rp 60,000	1	Rp 20,000	2	Rp 40,000
Bonus	Rp 50,000	0	Rp -	0	Rp -	0	Rp -	1	Rp 50,000	0	Rp -	0	Rp -	0	Rp -
Total		0	Rp -	8	Rp 280,000	10	Rp 290,000	11	Rp 350,000	6	Rp 210,000	6	Rp 210,000	3	Rp 90,000
SEWING															
Produk	Harga	September		Oktober		November		Desember		Januari		Februari		Maret	
		Qty	Jumlah	Qty	Jumlah	Qty	Jumlah	Qty	Jumlah	Qty	Jumlah	Qty	Jumlah	Qty	Jumlah
Pouch Mini	Rp 2,000	50	Rp 100,000	30	Rp 60,000	0	Rp -	20	Rp 40,000	40	Rp 80,000	80	Rp 160,000	60	Rp 120,000
Ganci L	Rp 2,000	50	Rp 100,000	30	Rp 60,000	0	Rp -	20	Rp 40,000	25	Rp 50,000	20	Rp 40,000	20	Rp 40,000
Ganci M	Rp 2,000	40	Rp 80,000	30	Rp 60,000	10	Rp 20,000	30	Rp 60,000	35	Rp 70,000	30	Rp 60,000	30	Rp 60,000
Pengikat	Rp 2,000	20	Rp 40,000	0	Rp -	0	Rp -	0	Rp -	5	Rp 10,000	0	Rp -	0	Rp -
Lanyard Scrunchie	Rp 2,000	10	Rp 20,000	20	Rp 40,000	20	Rp 40,000	20	Rp 40,000	5	Rp 10,000	20	Rp 40,000	20	Rp 40,000
Lanyard Basic	Rp 2,000	10	Rp 20,000	20	Rp 40,000	20	Rp 40,000	10	Rp 20,000	35	Rp 70,000	0	Rp -	10	Rp 20,000
Ganci Lipstik	Rp 2,500	0	Rp -	10	Rp 25,000	5	Rp 12,500	40	Rp 100,000	35	Rp 87,500	20	Rp 50,000	10	Rp 25,000
Dempet Kartu	Rp 3,000	0	Rp -	0	Rp -	0	Rp -	20	Rp 60,000	40	Rp 120,000	30	Rp 90,000	30	Rp 90,000
Total		180	Rp 360,000	140	Rp 285,000	55	Rp 112,500	160	Rp 360,000	220	Rp 497,500	200	Rp 440,000	180	Rp 395,000
MATERIAL PREPARATION															
Produk	Harga	September		Oktober		November		Desember		Januari		Februari		Maret	
		Qty	Jumlah	Qty	Jumlah	Qty	Jumlah	Qty	Jumlah	Qty	Jumlah	Qty	Jumlah	Qty	Jumlah
Pouch Mini	Rp 1,300	50	Rp 65,000	30	Rp 39,000	0	Rp -	20	Rp 26,000	40	Rp 52,000	80	Rp 104,000	60	Rp 78,000
Ganci L	Rp 600	50	Rp 30,000	30	Rp 18,000	0	Rp -	20	Rp 12,000	25	Rp 15,000	20	Rp 12,000	20	Rp 12,000
Ganci M	Rp 600	40	Rp 24,000	30	Rp 18,000	10	Rp 6,000	30	Rp 18,000	35	Rp 21,000	30	Rp 18,000	30	Rp 18,000
Pengikat Kabel	Rp 1,000	20	Rp 20,000	0	Rp -	0	Rp -	0	Rp -	5	Rp 5,000	0	Rp -	0	Rp -
Lanyard Scrunchie	Rp 1,300	10	Rp 13,000	20	Rp 26,000	20	Rp 26,000	20	Rp 26,000	5	Rp 6,500	20	Rp 26,000	20	Rp 26,000
Lanyard Basic	Rp 1,300	10	Rp 13,000	20	Rp 26,000	20	Rp 26,000	10	Rp 13,000	35	Rp 45,500	0	Rp -	10	Rp 13,000
Ganci Lipstik	Rp 1,000	0	Rp -	10	Rp 10,000	5	Rp 5,000	40	Rp 40,000	35	Rp 35,000	20	Rp 20,000	10	Rp 10,000
Dempet Kartu	Rp 1,000	0	Rp -	0	Rp -	0	Rp -	20	Rp 20,000	40	Rp 40,000	30	Rp 30,000	30	Rp 30,000
Pilah dan Cuci /kg	Rp 15,000	4	Rp 60,000	4	Rp 60,000	2	Rp 30,000	4	Rp 60,000	4	Rp 60,000	0	Rp -	0	Rp -
Ambil bahan baku	Rp 10,000	1	Rp 10,000	1	Rp 10,000	1	Rp 10,000	1	Rp 10,000	1	Rp 10,000	0	Rp -	0	Rp -
Total		185	Rp 235,000	145	Rp 207,000	58	Rp 103,000	165	Rp 225,000	225	Rp 290,000	200	Rp 210,000	180	Rp 187,000

Sumber: Data diolah, 2026

Tabel di atas menunjukkan jumlah gaji yang diperoleh setiap karyawan antara bulan September 2025 hingga Maret 2026. Jumlah gaji yang diberikan disesuaikan dengan hasil kerja yang harganya sudah disepakati di awal. Contohnya pada bagian *marketing* untuk konten *feed* atau *reel* dihargai Rp 30,000 dan pada bulan November 2025 memposting 3 konten sehingga mendapatkan hasil Rp 90,000. Contoh lain pada bagian *sewing* harga untuk menjahit 1 produk Ganci Lipstik Escha adalah Rp 2,500 dan pada Desember 2025 total yang dijahit adalah 40 pcs sehingga mendapatkan hasil Rp 100,000. Kemudian bagian *material preparation* untuk memotong bahan produk Pouch Mini Alcea mengeluarkan biaya Rp 5,000 karena jumlah yang dijahit 40 pcs dan harga per pcsnya adalah Rp 1,300.

Untuk waktu penggajian bagian *marketing* dilakukan 1 bulan sekali pada tanggal 9 setiap bulannya disesuaikan dengan tanggal awal masuk karyawan. Sedangkan bagian *sewing* dan *material preparation* bisa diberikan satu minggu sekali ketika mengambil atau memberikan tugas yang dikerjakan. Tidak jarang karyawan juga meminta untuk diberikan minggu depannya atau tidak sesuai dengan kesepakatan karena alasan satu lain hal. Gaji diberikan secara tatap muka langsung kepada karyawan karena pada kesempatan ini manajer dapat berkomunikasi langsung untuk menanyakan kendala, meminta masukan, ataupun sekedar membangun hubungan dengan karyawan.

Ofelia menerapkan sistem kerja yang fleksibel, baik dari segi tempat, waktu, maupun cara pengerjaan setiap tugas tetapi tentunya tetap pada koridor hasil yang telah disepakati. Bagian *marketing* dapat menyelesaikan konten maupun *take* foto dan video di manapun meskipun beberapa kali juga bekerjasama dengan manajer dalam pembuatan konten. Di sisi lain bagian *sewing* juga menjahit dari rumah, namun seminggu sekali harus datang untuk mengambil bahan baku yang harus dijahit dan memberikan produk yang telah dijahit. Bagian *material preparation* juga memilah dan mencuci baju dari rumah dan seminggu sekali memberikan bahan baku yang sudah dipotong untuk siap dijahit.

b) Efektivitas Sistem Kompensasi Finansial Berbasis *Output* dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan

Setiap karyawan memiliki pandangan sendiri-sendiri mengenai imbalan apa yang ingin didapat ketika telah bekerja keras. Dalam hal ini sebagian besar karyawan tidak menjadikan gaji sebagai tujuan utama, tetapi lebih kepada kesempatan untuk belajar dan berkembang. Salah satunya disampaikan oleh informan:

“Gaji bukan prioritas. Aku lebih ke berkembang dan punya pengalaman baru sama owner yang lagi memulai dan aku juga proses untuk berkembang mencoba hal-hal baru”(K1, 11/4/2026)

Oleh karena itu perlu dipahami lebih mendalam kepada karyawan agar harapannya sesuai dengan tujuan perusahaan. Hal ini dimulai dengan kejelasan tugas-tugas yang harus dikerjakan oleh karyawan dan kemudian dapat dilanjutkan pada pembahasan kompensasi mengingat tidak dapat dipungkiri gaji pokok tetap menjadi hak karyawan yang harus dipenuhi perusahaan secara layak.

Mengingat setiap karyawan bekerja sebagai *freelance* dan memiliki tugas yang berbeda-beda, sistem kerja maupun kompensasi yang diberikan didiskusikan antara kedua belah pihak untuk mendapatkan kesepakatan. Seperti yang dikatakan salah satu informan:

“...terlebih dahulu dildilan apa saja yang perlu saya kerjakan, kemudian berapa gaji yang saya terima,...saya terima gaji yang kami sepakati”(K2, 11/4/2026)

Proses ini dimulai dengan menjelaskan apa yang perlu dikerjakan dan bagaimana sistem kerja yang akan dijalani oleh setiap karyawan. Sehingga terdapat kejelasan mengenai tanggungjawab atas pekerjaan masing-masing.

Kesepakatan antara kedua belah pihak tidak hanya berhenti pada jumlah dan harapan karyawan mengenai kompensasi tetapi juga perihal waktu penggajian maupun keterbukaan perusahaan mengenai komunikasi yang perlu dibangun oleh kedua belah pihak. Ketepatan waktu ini menjadi penting untuk menunjukkan konsistensi dan tanggungjawab perusahaan agar karyawan juga melakukan hal sama atas pekerjaannya. Hal ini menunjukkan perilaku yang positif pada karyawan yang ditunjukkan oleh salah satu informan:

”...jadi saya melakukan seperti to do list gitu. Daftar-daftar mana saja yang menjadi skala prioritas...berusaha untuk setiap hari produktif...”(K2, 11/4/2026)

Selain itu juga informan memberikan pendapatnya tentang bagaimana ketika ada target-target untuk tugas yang perlu dikerjakan:

“..lebih terarah dan saya bisa terdorong untuk bisa melakukan atau menghasilkan pekerjaan saya itu dengan lebih baik lagi”(K2, 11/4/2026)

Kesepakatan dalam berbagai diskusi khususnya mengenai kompensasi akan lebih mudah dicapai ketika kedua belah pihak menyampaikan secara terbuka didukung komunikasi yang baik. Ketiga informan menyatakan hal yang sama mengenai kesepakatan yang dibuat diawal untuk menentukan jumlah gaji dan disampaikan oleh informan:

“...gaji yang diberikan itu setiap minggu ya dan itu sudah kami sepakati jadi tidak masalah bagi saya” (K2/11/4/2026)

Sehingga kedua belah pihak mendapatkan kesepakatan untuk yang dirasa dapat menguntungkan keduanya agar dapat maksimal dalam mencapai kinerja yang diharapkan.

Kinerja karyawan Ofelia dilihat berdasarkan penyelesaian target yang telah diberikan, jumlah tugas yang perlu direvisi, dan waktu penyelesaian. Ketiga hal tersebut memiliki persentase masing-masing yang menggambarkan prioritas sehingga menghasilkan skor kinerja. Persentase untuk nilai penyelesaian tugas adalah 30%, nilai kualitas adalah 45%, dan nilai ketepatan waktu adalah 25%. Berikut disajikan tabel kinerja karyawan untuk bulan September 2025 hingga Maret 2026.

Tabel 3.12 Data Kinerja Karyawan

MARKETING								
Bulan	Target	Selesai	<i>Reject</i>	Telat (hari)	Nilai Selesai	Nilai Kualitas	Nilai Waktu	Skor
September	32	0	0	0	0	0	0	0
Oktober	32	11	0	2	34.4	34.4	90	53
November	32	6	1	6	18.75	15.6	70	34.8
Desember	32	23	0	6	71.9	71.9	70	71.2
Januari	32	20	0	0	62.5	62.5	100	75
Februari	32	20	0	0	62.5	62.5	100	75
Maret	32	4	0	0	12.5	12.5	100	41.7
SEWING								
Bulan	Target	Selesai	<i>Reject</i>	Telat (hari)	Nilai Selesai	Nilai Kualitas	Nilai Waktu	Skor
September	180	180	6	2	100	96.7	90	96.6
Oktober	140	140	3	2	100	95.8	90	95.3
November	55	55	1	0	100	98.75	100	99.6
Desember	160	160	3	3	100	98.1	85	94.4
Januari	220	220	2	0	100	99.4	100	99.8
Februari	200	200	3	3	100	98.5	75	91.2
Maret	180	180	0	1	100	100	95	98
MATERIAL PREPARATION								
Bulan	Target	Selesai	<i>Reject</i>	Telat (hari)	Nilai Selesai	Nilai Kualitas	Nilai Waktu	Skor
September	180	180	0	5	100	100	75	91.7
Oktober	140	140	0	0	100	100	100	100
November	55	55	0	2	100	100	90	96.7
Desember	160	160	0	5	100	100	75	91.7
Januari	220	220	0	4	100	100	80	93.3
Februari	200	200	0	2	100	100	90	93.3
Maret	180	180	0	2	100	100	90	93.3

Sumber: Data diolah, 2026

Tabel di atas menyajikan data kinerja Ofelia dengan melihat nilai pada setiap aspek dan skor akhir pada setiap bulannya. Meskipun tidak dapat dipungkiri tabel tersebut tidak dapat menggambarkan kinerja karyawan Ofelia secara keseluruhan dikarenakan terdapat beberapa pekerjaan yang tidak bisa diukur dan disajikan dengan nilai angka.

Beberapa pekerjaan yang dimaksud diantaranya pada bagian *marketing* adalah pekerjaan *take* foto atau video, pada bagian *material preparation* adalah memilah dan mencuci baju untuk bahan baku. Berikut disajikan data setiap bagian beserta jumlah gaji yang diterima dan skor kinerja masing-masing individu.

Tabel 3.13 Data Perbandingan Kompensasi Finansial dan Kinerja Karyawan

Keterangan	<i>Marketing</i>		<i>Sewing</i>		<i>Material Preparation</i>	
	Gaji	Skor Kinerja	Gaji	Skor Kinerja	Gaji	Skor Kinerja
September	Rp -	0	Rp 360,000	96.6	Rp 235,000	91.7
Oktober	Rp 280,000	53	Rp 285,000	95.3	Rp 207,000	100
November	Rp 290,000	34.8	Rp 112,500	99.6	Rp 103,000	96.7
Desember	Rp 350,000	71.2	Rp 360,000	94.4	Rp 225,000	91.7
Januari	Rp 210,000	75	Rp 497,500	99.8	Rp 290,000	93.3
Februari	Rp 210,000	75	Rp 440,000	91.2	Rp 210,000	93.3
Maret	Rp 90,000	41.7	Rp 395,000	98	Rp 187,000	93.3

Sumber: Data diolah, 2026

Tabel di atas menampilkan perbandingan data kompensasi finansial berbasis *output* dengan hasil kinerja karyawan Ofelia pada bulan September 2025 hingga Maret 2026. Secara keseluruhan data tersebut tidak memperlihatkan bahwa kompensasi yang diberikan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan. Pada bagian *Marketing* di bulan Oktober hingga Desember 2025 peningkatan kompensasi diiringi dengan peningkatan skor kinerja, tetapi justru pada bulan Januari 2026 ketika kompensasi turun skor kinerja naik 3.8 poin. Berbeda dengan bagian *sewing* ketika jumlah kompensasi yang diberikan tidak stabil, namun menunjukkan skor kinerja yang konsisten baik. Begitu juga dengan bagian *material preparation* yang tidak menunjukkan korelasi antara gaji yang diberikan dengan skor kinerja.

Dalam menjalankan proses bisnis di tahun pertamanya, Ofelia berupaya untuk menjalankan rencana dalam pemenuhan hak karyawan

melalui gaji yang diharapkan dapat berpengaruh terhadap kinerja karyawannya. Namun berdasarkan data di atas Ofelia menyadari utamanya terdapat tiga faktor yang mempengaruhi hasil tersebut, yakni orientasi karyawan dalam bekerja, sistem kerja yang masih berada dalam tahap penyesuaian, dan beberapa pekerjaan belum dapat terukur secara jelas. Sehingga hal tersebut berpengaruh terhadap hasil perbandingan kompensasi finansial dan kinerja karyawan yang tidak positif.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat dilihat bagaimana harapan karyawan ketika bekerja di Ofelia yang sebagian besar berorientasi untuk belajar, bukan bekerja sepenuhnya. Melihat bisnis ramah lingkungan menjadi sesuatu yang baru karyawan berharap dapat belajar banyak di bisnis ini. Sehingga fokusnya adalah bekerja dengan baik agar dapat belajar dan tahu mengenai hal baru yang belum pernah diketahui sebelumnya, seperti menjahit aksesoris yang merupakan barang berukuran kecil dan bagian *marketing* yang belajar mengenai konsumen yang tertarik dengan isu ramah lingkungan. Hal ini membuat kompensasi yang diberikan tidak memiliki pengaruh yang terlalu besar terhadap kinerjanya. Sehingga perusahaan berupaya untuk transparan dan membangun komunikasi yang baik agar hak karyawan tidak terabaikan.

Di sisi lain sistem kompensasi berbasis *output* yang terlihat sederhana karena gaji yang diberikan ditentukan berdasarkan hasil kerja, tetapi pada kenyatannya tidak semudah yang dibayangkan. Target yang diberikan setiap minggu masih fluktuatif karena ditentukan oleh manajer dengan mempertimbangkan kondisi pasar sehingga belum dapat memaksimalkan kapasitas target yang dapat dicapai setiap individu. *Output* yang dikeluarkan oleh karyawan juga belum dapat diukur secara jelas berkaitan dengan standar kualitas, ketika terjadi cacat, maupun standar kinerja karyawan itu sendiri. Selain itu alur kerja

belum tertata rapi sehingga banyak pekerjaan yang tumpang tindih dan tidak efisien.

Tantangan lainnya yakni beberapa pekerjaan belum dapat terukur secara jelas sehingga berpengaruh terhadap keadilan pada pemberian kompensasi pada karyawan. Salah satu proses yang jelas dapat diukur jumlah dan harganya untuk setiap produk adalah proses memotong bahan baku dan menjahit. Tetapi untuk bagian *Marketing* memiliki banyak pekerjaan yang tidak dapat diukur dengan angka dan memiliki proses yang bermacam-macam. Tugas yang dimaksud adalah ketika *take* foto dan video untuk keperluan dokumentasi produk dan penjualan online. Selain itu juga ketika bagian *Marketing* melakukan kerjasama dengan pihak eksternal seperti mengikuti bazar dan berkolaborasi dengan beberapa komunitas.

Secara keseluruhan sistem kompensasi finansial berbasis *output* yang diterapkan Ofelia belum memperlihatkan hasil yang efektif pada kinerja karyawan. Pada fase ini Ofelia juga mengalami banyak penyesuaian agar karyawan dapat bekerja secara nyaman, kinerja individu dapat terkontrol, dan perusahaan dapat memberikan hak secara layak dan adil. Selain itu jumlah target yang masih dikontrol oleh manajer membuat karyawan tidak dapat menggunakan kapasitasnya secara maksimal. Namun tidak dapat dipungkiri sistem kompensasi finansial berbasis *output* mempermudah perusahaan yang baru memulai untuk mengontrol kompensasi disesuaikan dengan hasil kerja karyawan.

c) Solusi Peningkatan Efektivitas Sistem Kompensasi Finansial Berbasis Output

Ofelia menyadari jumlah gaji yang diberikan masih sangat jauh dari standar yang ada. Diskusi secara berkala dengan karyawan selalu dilakukan untuk membangun komunikasi secara terbuka agar kedua belah pihak dapat menyampaikan harapan dan perbaikan untuk masing-masing individu agar mencapai tujuan perusahaan. Tidak maksimalnya kompensasi finansial yang diberikan bukan berarti hal ini sia-sia, tetapi

untuk mencapai efektivitas kinerja karyawan yang optimal membutuhkan sistem yang lebih jelas, tepat, dan terukur. Sehingga diperlukan *Key Performance Indikator* (KPI) yang jelas agar proses pelaksanaan strategi maupun evaluasi dapat dilakukan secara terukur.

Tantangan lain yang dihadapi adalah proses penilaian kinerja karyawan yang didasarkan oleh hasil kerja. Permasalahan yang dihadapi adalah batas-batas toleransi untuk kesalahan belum terdefinisi secara jelas. Hal yang dimaksud seperti ketika potongan kain maupun jahitan tidak sesuai yang diinginkan atau bagian *marketing* belum membuat konten secara maksimal. Sehingga perusahaan perlu memperjelas batasan-batasan agar pemberi kerja tidak sewenang-wenang menaikan standar kualitas ataupun pekerja yang hanya terfokus pada jumlah angka yang dihasilkan tetapi tidak memperhatikan kualitas kerja.

Di sisi lain Ofelia perlu mempertimbangkan kapasitas maksimal setiap karyawan agar dapat dimanfaatkan secara maksimal. Hal ini akan meningkatkan produktivitas karyawan maupun kinerja perusahaan dengan peningkatan penjualan. Namun perlu diperhatikan juga target yang diberikan tidak berlebihan agar tidak terjadi stress kerja maupun penurunan motivasi. Beberapa hal tersebut dapat menjadi pertimbangan bagi Ofelia untuk dapat menentukan prioritas dan urgensi dari masing-masing hal yang perlu diperbaiki agar harapan karyawan dapat diwujudkan dan perusahaan mencapai kinerja yang optimal.

3.3.2 Sistem Kompensasi Non-Finansial

a) Implementasi Sistem Kompensasi Non-Finansial

Kompensasi non-finansial yang dilakukan Ofelia meliputi tiga hal yakni mengenai pekerjaan, lingkungan pekerjaan, dan fleksibilitas tempat dan waktu kerja. Pekerjaan yang dimaksud seperti peluang untuk karyawan mencoba hal baru dan memecahkan masalah baru sehingga karyawan dapat berkembang. Mengenai lingkungan pekerjaan contohnya seperti atasan yang memberikan arahan yang jelas, karyawan

yang dihargai, dan membangun hubungan yang baik antar karyawan. Sedangkan fleksibilitas tempat dan waktu adalah kesempatan bagi karyawan untuk dapat menyelesaikan pekerjaan dari mana saja dan memiliki keleluasaan waktu meskipun tetap ada aturan yang berlaku. Implementasi kompensasi non-finansial Ofelia disajikan secara deskriptif dengan menjelaskan kegiatan yang berlangsung antara bulan September 2025 hingga Maret 2026.

Tabel 3.14 Data Kompensasi Non-Finansial

Aspek Kompensasi Non-Finansial	Bentuk Penerapan
Pekerjaan	Kesempatan mencoba hal baru dan berkembang
	Kesempatan memecahkan masalah
Lingkungan Kerja	Atasan memberikan arahan yang jelas
	Perusahaan membangun komunikasi dan hubungan yang baik
Fleksibilitas tempat	Fleksibilitas tempat kerja
	Fleksibilitas waktu kerja

Sumber: Data diolah, 2026

Pada tanggal 4 Oktober, 23 November, dan 7 Desember 2025 manajer, bagian *marketing*, dan bagian *material preparation* mengikuti acara Mahya Business Academy sebagai bentuk penerapan mencoba hal baru dengan tujuan belajar untuk membangun jiwa kewirausahaan. Kemudian pada tanggal 18 Oktober 2025 bagian *marketing* mengikuti kelas Shopee agar dapat mengoptimalkan penggunaan aplikasi ini. Isu lingkungan juga merupakan sesuatu yang baru bagi bagian *marketing* sehingga belajar hal ini merupakan sesuatu yang baru pula. Di sisi lain meskipun bagian *sewing* sudah terbiasa untuk menjahit, tetapi menjahit aksesoris atau barang dalam bentuk kecil menjadi sesuatu yang baru dan perlu beberapa kali latihan untuk menghasilkan produk yang bagus. Manajer juga memberikan kesempatan untuk menyelesaikan jahitan dengan caranya sendiri meskipun pola telah ditentukan. Pekerjaan menyiapkan bahan baku juga merupakan sesuatu yang baru bagi bagian

material preparation, terlebih lagi untuk memilah kain menyesuaikan dengan produk yang akan dibuat. Bagian manajer berusaha untuk terus mendampingi dan menjaga komunikasi agar pekerjaan tersebut berjalan lancar.

Tidak jarang setiap bagian mengalami masalah masing-masing atas pekerjaan yang dilakukan. Bagian *marketing* seringkali kesulitan mengatur waktu untuk menyelesaikan targetnya, tetapi menjaga komunikasi dengan manajer menjadi salah satu cara untuk menghadapi permasalahan ini guna mencari solusi bersama. Selain itu juga pengetahuannya yang masih terbatas mengenai isu ramah lingkungan juga menjadi tantangan tersendiri sehingga masih sulit untuk menjangkau konsumen yang akan dituju. Bagian *sewing* menghadapi permasalahan mengenai produk baru yang dibuat setiap bulannya sehingga beberapa kali menyelesaikan target lebih dari waktu yang ditentukan. Sedangkan bagian *material preparation* menghadapi permasalahan untuk menentukan setiap kain yang cocok untuk suatu produk. Kain yang memiliki bahan dan motif yang bermacam-macam mengharuskan bagian ini lebih teliti dan kreatif. Berdasarkan permasalahan yang ada, setiap bagian diberi kesempatan untuk memecahkan masalahnya sendiri, namun jika menemui kesulitan dapat mengkomunikasikannya kepada manajer agar dapat menemukan solusi terbaik untuk masalah yang ada.

Impelementasi aspek lingkungan kerja dimulai dari manajer yang memberikan arahan yang jelas kepada setiap bagian atas pekerjaan yang perlu dikerjakan. Awalnya dimulai pertama kali ketika bertemu dengan setiap bagian untuk membicarakan rincian pekerjaan dan kompensasi yang akan diberikan. Kemudian dilakukan diskusi antara kedua belah pihak untuk mencapai kesepakatan, hal ini disampaikan salah satu informan:

”...kerjanya kan jelas...harga berapa itu juga jelas... Saya kerjakan semaksimal mungkin...”(A3, 29/4/2026)

Meskipun seluruh karyawan bekerja sebagai *freelance*, tetapi minimal satu minggu sekali setiap bagian bertemu dengan manajer untuk memperjelas target untuk kedepannya dan berdiskusi mengenai banyak hal. Hal ini juga dilakukan agar komunikasi tetap terjalin bukan hanya melalui online tetapi juga bertemu langsung agar menciptakan hubungan emosional yang baik.

Fleksibilitas tempat dan waktu diterapkan pada Ofelia mengingat seluruh karyawan bekerja sebagai *freelance*. Setiap karyawan dibebaskan dari tempat kerja yang terikat, yakni dapat bekerja dari rumah maupun dari mana saja. Meskipun perusahaan tidak memiliki tanggungjawab untuk menyediakan tempat, tetapi Ofelia memastikan setiap pekerjaan dapat diselesaikan dengan baik dan menyediakan beberapa peralatan untuk menunjang terselesainya pekerjaan. Seperti menyediakan alat potong untuk bagian *material preparation* dan aplikasi premium untuk bagian *marketing*.

Perihal fleksibilitas waktu setiap bagian juga tidak memiliki jam kerja yang pasti. Waktu bekerja diserahkan kepada masing-masing bagian disesuaikan dengan kesibukan pribadi. Namun terdapat hari tertentu untuk setiap bagian bertemu langsung dengan manajer. Bagian *marketing* setidaknya 2-5 kali dalam sebulan terdapat *offline meeting* bersama manajer. Dan terdapat hari tertentu untuk bagian *sewing* dan bagian *material preparation* untuk mengambil bahan atau mengumpulkan hasil kerja kepada *manajer*. Hari Selasa untuk bagian *material preparation* dan hari Rabu untuk bagian *sewing*. Namun beberapa kali hal tersebut terlaksana tidak sesuai jadwal karena ada beberapa kendala seperti target belum selesai maupun salah satu pihak memiliki kesibukan lain.

b) Efektivitas Sistem Kompensasi Non-Finansial dalam Memotivasi Karyawan

Karyawan yang telah diterima bekerja di suatu perusahaan menganggap itu bukanlah akhir dari perjalanan karirnya justru itu merupakan awal permulaan. Kemampuan dan ketrampilan yang diperoleh dari pengalaman sebelumnya menjadi salah satu faktor penting dalam penyelesaian tugas karyawan pada perusahaan. Sehingga penting bagi perusahaan untuk mendorong karyawan agar mampu menyelesaikan setiap tugas yang diberikan. Karyawan yang terlibat dalam banyak hal yang berkaitan dengan perusahaan akan menimbulkan keterikatan dan motivasi yang lebih besar.

Perusahaan dapat mengambil peran dalam memunculkan dorongan dari dalam diri (internal) karyawan, salah satunya dengan cara menyamakan visi, misi, dan memunculkan rasa percaya diri terhadap kemampuan yang dimiliki. Seperti yang dikatakan salah satu informan mengenai ketertarikannya pada isu lingkungan khususnya pakaian yang hal ini juga merupakan visi dan misi yang dimiliki oleh perusahaan. Keselaran ini memunculkan semangat dan energi yang sama untuk mencapai tujuan bersama.

Motivasi kerja menjadi salah satu faktor agar karyawan lebih semangat, produktif, dan bekerja secara optimal. Tingkat motivasi kerja karyawan Ofelia bulan September 2025 hingga Maret 2026 dilihat dari hasil wawancara pada bulan April 2026 kepada tiga informan yang juga merupakan karyawan Ofelia. Meskipun data tersebut tidak dapat ditampilkan dengan angka tetapi berdasarkan wawancara kepada informan didapatkan informasi mengenai tingkat motivasi kerja karyawan yang dipaparkan dengan deskripsi singkat pada tabel di bawah.

Tabel 3.15 Data Tingkat Motivasi

Keterangan	<i>Achievment</i>	<i>Affiliation</i>	<i>Power</i>
<i>Marketing</i>	Berupaya menyelesaikan pekerjaan dengan baik, meskipun belum memiliki acuan target yang jelas	Menjalin komunikasi yang positif dengan rekan kerja dan atasan	Mengambil peran menghadapi kendala dalam pekerjaan dan inisiatif memberi masukan kepada atasan
<i>Sewing</i>	Berusaha menyelesaikan tanggungjawabnya dengan baik hingga selesai	Menjaga hubungan dengan meyakini bersikap baik akan membangun hubungan timbal balik yang baik juga	Cenderung mengikuti arahan atasan
<i>Material Preparation</i>	Berusaha menyelesaikan pekerjaan sesuai standar dan tepat waktu	Menjalin komunikasi yang aktif dengan atasan	Sesekali memberikan masukan mengenai pekerjaan dan cara koordinasi dalam bekerja

Sumber: Data diolah, 2026

Kompensasi non-finansial yang diterapkan pada sejumlah aspek dalam perusahaan tidak memberikan pengaruh secara langsung dan jelas pada motivasi kerja karyawan. Indikator kompensasi non-finansial dan motivasi kerja belum dapat dibuktikan sebagai hubungan timbal balik, tetapi lebih kepada kecenderungan hasil masing-masing indikator yang saling berkaitan. Hal tersebut mengarah pada peningkatan motivasi kerja pada karyawan meskipun hal tersebut tidak dapat diukur secara spesifik. Namun beberapa kondisi memunculkan reaksi yang positif pada karyawan berupa semangat untuk berkembang, inisiatif untuk berkontribusi, maupun membangun hubungan yang baik dengan rekan kerja dan atasan.

Berbeda dengan perusahaan besar, perusahaan yang masih muda atau setara UMKM memiliki sumber daya yang masih terbatas sehingga dituntut untuk melakukan banyak pekerjaan. Perusahaan berupaya untuk memberikan kesempatan bukan hanya untuk calon karyawan yang sudah memiliki kemampuan tetapi juga yang sedang dan ingin

belajar. Karyawan akan melihat bagaimana perusahaan tersebut dapat membawanya menjadi karyawan yang memiliki kemampuan lebih agar dapat terus berkembang. Beberapa karyawan juga menyampaikan keinginan dan harapannya:

“...aku mau bisa berkembang juga dengan sama-sama orang yang belajar...praktik sekalian belajar dan belum dituntut orang-orang banget”(K1, 11/4/2026)

Ketika karyawan diberikan kesempatan untuk berkembang dan memecahkan masalah terkait pekerjaan, hal tersebut mengakibatkan kecenderungan untuk menghadapi kendala yang terjadi. Selain itu karyawan lebih terbuka untuk memberikan saran dan masukan ketika dilibatkan dalam diskusi hingga pengambilan keputusan atas suatu hal yang wajar. Pencapaian yang lebih tinggi yakni munculnya inisiatif dari karyawan untuk turut berkontribusi pada kegiatan perusahaan maupun hal lain yang mendukung kemajuan perusahaan. Salah satu informan juga memberikan pendapat yang serupa mengenai keterlibatannya dalam pengambilan keputusan:

“Untuk menunjang semangat karena merasa dilibatkan sama bisnisnya. Jadi ketika dihargai ya berarti totalitas sama-sama. Tapi misalnya nggak dihargai kan jadi merasa malas”(K1, 11/4/2026)

Keterbukaan dalam diskusi dan pengambilan keputusan membuat karyawan mengerahkan upaya yang lebih besar ketika mereka merasakan hubungan antara kontribusi mereka dan hasil yang dihargai.

Kemajuan digital juga banyak menyediakan pilihan mengenai fleksibilitas kerja sebagai bentuk menciptakan lingkungan kerja yang lebih efektif dan efisien. Pendapat tersebut mendukung kedua informan yang berpendapat mengenai sistem kerja yang lebih fleksibel:

“Jadi kayak lebih bebas. ... aku masih bisa melakukan hal lain... Jadi gak terfokus sehari utuh di satu tempat...”(K1, 11/4/2026)

Dan informan lain menyatakan:

“...bisa bekerja secara fleksibel di mana saja. Saya itu sangat senang sekali dan merasa diri saya itu lebih produktif karena menurut saya pikiran saya itu tidak tertekan”(K2, 11/04/2026)

Fleksibilitas tempat dan waktu dalam menyelesaikan pekerjaan mendukung karyawan lebih produktif. Fleksibilitas ini memudahkan karyawan untuk mengatur waktu kerja disesuaikan dengan kepentingan pribadi. Namun di beberapa kondisi masih terjadi bias antara prioritas menyelesaikan pekerjaan dan kepentingan pribadi. Namun sejauh ini karyawan membuktikan komitmennya dengan berusaha menyelesaikan pekerjaan sesuai target dan tepat waktu.

Tantangan yang dihadapi dalam implementasi fleksibilitas kerja ini adalah kejelasan aturan dan toleransi mengenai sistem kerja dan hasil kerja. Sehingga ketika perusahaan dapat memberikan sistem yang jelas, karyawan akan lebih mudah mengatur pekerjaannya dan dapat meningkatkan produktivitas kerja masing-masing. Secara keseluruhan kompensasi yang diterapkan pada Ofelia menunjukkan perkembangan yang positif pada setiap karyawan dan menunjang karyawan dalam penyelesaian tugas. Tetapi korelasi dengan motivasi kerja belum dapat dibuktikan secara nyata. Namun kondisi yang memperlihatkan pertumbuhan semangat kerja karyawan memberikan peluang yang positif agar perusahaan dapat terus meningkatkan motivasi kerja karyawan.

c) Solusi Peningkatan Efektifitas Sistem Kompensasi Non-Finansial

Hal yang sama seperti pada sistem kompensasi finansial, kompensasi non-finansial perlu memiliki indikator yang jelas dan terukur begitu juga pada motivasi kerja karyawan. Rencana yang baik tidak akan efektif untuk dilakukan ketika hal tersebut tidak dapat diukur dan dievaluasi. Di sisi lain mempertimbangkan harapan dan mengetahui

hal yang membuat karyawan termotivasi akan mempermudah perusahaan dalam menerapkan strategi dalam sistem kompensasi non-finansial agar berdampak pada motivasi kerja karyawan.

Di sisi lain membangun komunikasi tidak hanya penting bagi karyawan, tetapi juga perusahaan dapat lebih terbuka tentang berbagai kondisi yang dialami. Salah satunya mengenai bonus yang tidak dapat diberikan oleh perusahaan dalam berbagai bentuk atau pun nominal yang besar. Contohnya ketika perusahaan hanya dapat memberikan beberapa produk buatan sendiri sebagai bentuk apresiasi atas kerja keras yang telah diberikan. Hal ini berpeluang akan disambut baik oleh karyawan karena keterbukaan yang telah dibangun. Sehingga hubungan dua arah antara pemimpin dan karyawan akan sangat bermanfaat agar visi dan misi perusahaan dapat diwujudkan. Karyawan dengan semangat tinggi akan merasa antusias dan kuat secara mental, bahkan ketika menghadapi tantangan ketika bekerja.

Dikarenakan kompensasi non-finansial cenderung berfokus pada tujuan dan dampak jangka panjang, konsistensi dalam penerapannya juga merupakan salah satu hal yang penting untuk dilakukan. Berbeda dengan kompensasi finansial yang dampaknya dapat langsung dirasakan berupa peningkatan kinerja, kompensasi non finansial bentuknya seperti penghargaan, pengembangan karir, maupun lingkungan kerja yang baik memerlukan lebih banyak waktu untuk karyawan dapat termotivasi dan memunculkan loyalitas karyawan. Sehingga perusahaan dapat menerapkan strategi yang dibuat secara berkala, namun terus dievaluasi secara berkelanjutan agar tetap relevan dengan kebutuhan dan harapan karyawan.

BAB IV

KESIMPULAN

4.1 Kesimpulan

4.1.1 Kinerja Perusahaan

Kinerja Ofelia secara keseluruhan khususnya pada bagian operasional menunjukkan proses awal yang baik. Hal ini dapat dilihat dari proses produksi yang jelas dan terstruktur mulai dari pengolahan bahan baku hingga sampai pada produk jadi. Permasalahan besar yang dihadapi adalah bahan baku kain yang sangat beragam sehingga membutuhkan kreatifitas yang lebih. Selain itu juga perlu adanya perbaikan di proses memilah dan menjahit agar lebih efisien. Di sisi lain pembagian tugas kerja yang jelas menunjang kinerja operasional. Kompensasi yang diberikan kepada karyawan juga menunjukkan langkah yang baik untuk Ofelia ke depan. Meskipun tidak dapat dipungkiri bekerja dengan karyawan *freelance* banyak menemui tantangan perihal komunikasi dan waktu untuk bertemu secara langsung. Kedepannya perlu dipertimbangkan mengenai sistem kerja ini agar komunikasi dapat berjalan lebih lancar dan terkendali sehingga berpengaruh positif pada kinerja perusahaan.

4.1.2 Kompensasi Finansial

Sistem kompensasi finansial pada Ofelia yang diharapkan dapat mendorong kinerja karyawan diwujudkan dengan pemberian gaji pokok dan bonus. Penentuan gaji tidak mutlak ditetapkan oleh perusahaan tetapi hasil diskusi kedua belah pihak yang membahas jumlah, waktu, dan proses penggajian. Langkah awal ini memperkecil kesalahpahaman mengenai gaji dan sistem kerja dan kelalaian karyawan dalam mengerjakan tugas. Komunikasi yang dibangun ini membuat karyawan lebih terbuka akan harapan ketika bekerja, yang tidak hanya fokus pada imbalan gaji tetapi juga lingkungan yang mendukungnya untuk belajar dan berkembang. Namun Ofelia tetap harus mempertimbangkan besaran gaji dan sistem penggajian sebagai hak utama karyawan agar kedua belah pihak merasakan manfaat

dari kerjasama sehingga mendorong kinerja yang lebih maksimal dan sesuai tujuan perusahaan.

4.1.3 Kompensasi Non-Finansial

Sistem kompensasi non-finansial yang diharapkan dapat meningkatkan motivasi karyawan diwujudkan dengan memberikan kesempatan untuk berkembang bukan hanya bagi calon karyawan yang telah memiliki kemampuan, tetapi juga yang ingin belajar dan berkembang. Selain itu juga menghargai pendapat mereka dengan dilibatkan dalam pengambilan keputusan yang wajar. Fleksibilitas kerja juga diwujudkan untuk mendukung karyawan *freelance*, baik mengenai tempat, waktu kerja, maupun sistem penyelesaian pekerjaan. Hal ini menunjukkan peningkatan yang positif, ditunjukkan oleh karyawan ketika pengerjaan produk baru yang disambut dengan semangat sebagai sarana belajar. Keterbukaan dalam diskusi juga sebagai salah satu bentuk semangat karena merasa dihargai sehingga karyawan tidak pesimis dengan pendapatnya. Meskipun demikian Ofelia perlu meningkatkan kompensasinya dengan lebih kompleks seperti pelatihan, *workshop*, maupun apresiasi dalam bentuk hadiah dan sejenisnya.

4.2 Saran

4.2.1 Praktisi

4.2.1.1 Pemilik Bisnis

Ofelia perlu meningkatkan berbagai hal dalam proses bisnisnya khususnya pada aspek sumber daya manusia. Dalam penerapannya perlu dirancang secara jelas KPI untuk kinerja karyawan agar mendukung kompensasi finansial berbasis *output* yang adil dan transparan. Di sisi lain penerapan kompensasi finansial juga dapat dirancang secara terstruktur agar perusahaan dapat melihat dampak yang ditimbulkan, baik berupa karyawan yang termotivasi maupun peningkatan kinerja karyawan. Seiring berjalannya waktu proses kompensasi ini tentu tetap perlu dievaluasi jalan jangka waktu tertentu

agar dapat terus menyesuaikan dengan harapan karyawan namun tetap sesuai dengan keadaan dan tujuan perusahaan.

Berkaitan dengan visi, misi, dan nilai yang bagus pada kenyatannya belum tentu menjamin produk diterima dengan baik oleh konsumen. Oleh karena itu perlu adanya konsep khususnya pada bagian *marketing* agar lebih dikenal luas dan diterima oleh konsumen dengan memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada. Tidak kalah penting aspek operasional yang berkaitan dengan proses produksi dapat dievaluasi secara berkala untuk melihat efisiensi pembuatan produk agar dapat berpengaruh terhadap peningkatan kinerja keuangan perusahaan.

4.2.1.2 Pelaku Bisnis Lain

Bisnis ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi pelaku bisnis lain, khususnya mengenai implementasi kompensasi finansial dan non-finansial pada bisnis pemula. Langkah awal yang dapat diterapkan adalah menerapkan komunikasi terbuka secara dua arah dengan karyawan agar keduanya memiliki visi, tujuan, dan harapan yang sama. Dengan memenuhi hak karyawan melalui kompensasi finansial akan berpengaruh pada kinerja karyawan berupa kualitas dan kuantitas kerja. Selain itu mengupayakan kompensasi non-finansial akan membangun hubungan yang baik dengan karyawan untuk tujuan jangka panjang. Namun kedua hal ini perlu terus dievaluasi agar dapat relevan dengan keadaan yang ada.

4.2.2 Akademisi dan Penelitian Mendatang

Penelitian ini memberikan gambaran konkrit mengenai implementasi kompensasi pada perusahaan baru yang ingin berkembang. Di sisi lain konsep perusahaan yang menghadirkan nilai ramah lingkungan dalam bisnisnya dapat menjadi inspirasi baru khususnya dalam lingkup bisnis pakaian. Oleh karena itu penelitian ini dapat menjadi bahan acuan yang dapat dipertimbangkan untuk mahasiswa yang ingin memulai bisnis, khususnya bisnis fashion. Selain itu penelitian ini dapat berkontribusi dalam

pengembangan literatur dalam bidang sumber daya manusia khususnya mengenai kompensasi finansial dan kompensasi finansial pada karyawan *freelance*. Dengan demikian asil dari kajian penelitian ini dapat memperkaya kajian akademik untuk perencanaan dan pengimplementasian kompensasi disesuaikan dengan harapan karyawan dan perusahaan guna mencapai tujuan bersama.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifah, I. D. C., Hadi, H. K., Dewi, R. S., Dhenabayu, R., & Tanuwijaya, H. (2025). Flexible work dynamics in higher education: unveiling the influence of work engagement and technology adoption on lecturer performance. *International Journal of Organizational Analysis*, 1–26. <https://doi.org/10.1108/IJOA-11-2024-4995>
- Armstrong, M. (2003). *Mengelola Karyawan: Buku Wajib bagi Manajer Lini*. Bhuana Ilmu Populer.
- Baydeniz, E., Dogru, T., Wei, W., & Mody, M. (2025). Organizational characteristics, ethical leadership, and employee job performance: An investigation from the lenses of appraisal responses to the behavioral outcomes model. *International Journal of Hospitality Management*, 130. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2025.104257>
- Ben-Gal, H. C., Forma, I. A., & Singer, G. (2022). A flexible employee recruitment and compensation model: A bi-level optimization approach. *Computers and Industrial Engineering*, 165. <https://doi.org/10.1016/j.cie.2021.107916>
- Bougadir, H., Sánchez, A. G., & Zahir, M. (2025). Balancing relational and contractual governance to foster innovation: Evidence from smes in morocco's textile Sector. *Sustainable Futures*, 10. <https://doi.org/10.1016/j.sftr.2025.101295>
- Busro, M. (2018). *Teori-Teori Manajemen Sumber Daya Manusia* (Edisi Pertama). Prenada Media Grup.
- Celikturk Doruker, N., Hacıoglu, G., Nurulke, B., & Ceylan, L. (2025). Investigation of the relationship between work motivation, work performance and turnover intention of surgical nurses: a cross-sectional study. *Applied Nursing Research*, 83. <https://doi.org/10.1016/j.apnr.2025.151960>
- Edison, E., Anwar, Y., & Komariyah, I. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Alfabeta.

- Garofalo, A., Bruno, E., D'Avino, M., Ferraro, A., & Punzo, G. (2025). Employee compensation in European regions: A spatial analysis of short- and long-term effects. *Structural Change and Economic Dynamics*, 74, 303–314. <https://doi.org/10.1016/j.strueco.2025.03.019>
- He, F., Naveed, R. T., Adnan, M., Çakir, V., Naseem, W., & Muneer, S. (2025). Humble leadership and creativity in SMEs: A pathway to achieve SDG 8 and SDG 9 in the industry 4.0 era. *Acta Psychologica*, 255. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.104972>
- Herrera-Ballesteros, J., de las Heras-Rosas, C. J., Mota Veiga, P., & Sampaio Rodrigues, F. (2025). How do flexible working time policies, telework from home and work fatigue impact on the work-life balance? *International Journal of Organizational Analysis*, 33(12), 153–173. <https://doi.org/10.1108/IJOA-03-2025-5353>
- Kang, M., & Yim, H. (2024). Unveiling employee perspectives: A comparative analysis of online reviews on Korean SMEs and large corporations. *International Journal of Information Management Data Insights*, 4(2). <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2024.100268>
- Kim, M., Park, O., & Kim, H. (2025). Unraveling the complexities of human resource performance attribution: impacts on employee outcomes and the moderating role of career growth opportunities. *Employee Relations*, 1–15. <https://doi.org/10.1108/ER-01-2025-0011>
- Liu, X., Cheng, F. J., Zhang, R., & Li, Z. (2025). Impact of employee compensation structure on company performance: Moderating effects of ownership concentration. *Finance Research Letters*, 74. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2024.106702>
- Liu, Z., Liang, N., Zhu, J., Fan, Y., & Yan, G. (2026). Examining the double-edged sword effect of stretch goals on employee radical creativity. *Journal of Business Research*, 210. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2026.116164>

- Lochner, E., Schmoll, R., & Kaiser, S. (2025). Less human, less positive? How AI involvement in leadership shapes employees' affective well-being across different supervisor decisions. *Computers in Human Behavior: Artificial Humans*, 6, 100239. <https://doi.org/10.1016/j.chbah.2025.100239>
- Maaravi, Y., & Segal, S. (2022). Reconsider what your MBA negotiation course taught you: The possible adverse effects of high salary requests. *Journal of Vocational Behavior*, 139. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2022.103803>
- Mahmood, A., Qureshi, M. I., & Iftikhar, M. (2025). Digital voice drives innovative work behavior: the critical roles of employee ambidexterity, involvement, and organizational agility. *Learning Organization*, 1–21. <https://doi.org/10.1108/TLO-06-2024-0182>
- Mathis, R. L., & Jackson, J. H. (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Edisi Sepuluh). Salemba Empat.
- Mondy, R. W., & Noe, R. M. (1996). *Human Resource Management* (Sixth Edition). Pentice-Hall.
- Muenjohn, N., McMurray, A. J., Kim, J., & Afshari, L. (2024). Workplace innovation and work value ethics: The mediating role of leadership in Asian SMEs. *Journal of Innovation and Knowledge*, 9(3). <https://doi.org/10.1016/j.jik.2024.100547>
- Nguyen, M., Malik, A., Sharma, P., Kingshott, R., & Gugnani, R. (2024). High involvement work system and organizational and employee resilience: Impact of digitalisation in crisis situations. *Technological Forecasting and Social Change*, 205. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123510>
- Nicuță, E. G., Opariuc-Dan, C., Diaconu-Gherasim, L. R., & Constantin, T. (2025). Linking trait gratitude to employees' performance and work motivation: A two-wave longitudinal study. *Personality and Individual Differences*, 246. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2025.113310>

- Osei, F., Amoa-Gyarteng, K., Kankam-Kwarteng, C., & Wilson-Wünsch, B. (2026). Entrepreneurial *Marketing* and SME performance: the double-edged role of affective organizational commitment. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 1–30. <https://doi.org/10.1108/JRME-05-2025-0088>
- Rebelo, G., Almeida, A. R., & Pedra, J. P. (2025). Hybrid work, flexible working hours and career progression: the perspective of women employees during the COVID-19 pandemic. *Employee Relations*, 1–19. <https://doi.org/10.1108/ER-03-2024-0164>
- Saether, E. A. (2019). Motivational antecedents to high-tech R&D employees' innovative work behavior: Self-determined motivation, person-organization fit, organization support of creativity, and pay justice. *Journal of High Technology Management Research*, 30(2). <https://doi.org/10.1016/j.hitech.2019.100350>
- Siraj, N., & Hågen, I. (2023). Performance management system and its role for employee performance: Evidence from Ethiopian SMEs. *Heliyon*, 9(11). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e21819>
- Sudaryo, Y., Aribowo, A., & Sofiati, N. A. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia, Kompensasi Tidak Langsung, dan Lingkungan Fisik*. ANDI.
- Sulistiyani, A. T., & Rosidah. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia “Konsep, Teori, dan Pengembangan dalam Konteks Organisasi Publik”* (Edisi Kedua). Graha I lmu.
- Wan, S., & Jiang, Y. (2026). AI-driven, human-AI collaboration, and employee performance: The roles of digital finance. *Finance Research Letters*, 90. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2025.109292>
- Yimsook, N., & Theerakosonphong, K. (2026). Flexible benefits, workforce diversity, and working conditions as determinants of work-life balance among

unionized employees in Thailand: A mixed methods study. *Social Sciences and Humanities Open*, 13. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2026.102656>

Zhao, M., Fong, K. Y., Leong, W. N., Li, Q., & Chen, R. (2025). Nonexecutive employee compensation and firm labor productivity. *Finance Research Letters*, 73. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2024.106678>

Zheng, L., Pei, J., He, G., & Zhu, Y. (2025). Leader–employee perfectionism (in)congruence and role clarity: a role theory approach to employee workplace well-being. *Personnel Review*, 54(4), 996–1011. <https://doi.org/10.1108/PR-04-2024-0349>

LAMPIRAN

Lampiran 1. *Progress Report*

Tanggal	Jam	Aktivitas	Capaian	Permasalahan	Solusi	PJ
13 Okt 25	Pagi	Mengambil kain perca di Resta Jahit	Mendapat bahan baku sekitar 4 kg kain perca	Tidak ada	Tidak ada	MP
	Siang	Memilah dan mencuci kain perca	4 kg kain telah terpilah dan mendapat sekitar 2 kg kain yang siap dicuci lalu dipotong sesuai pola	Terdapat beberapa kain yang luntur ketika dicuci	Memisahkan kain yang berwarna putih dan tidak menggunakan kain yang luntur	MP
14 Okt 25	Pagi	Memberikan hasil potongan	Menyelesaikan 30 set produk siap jahit	Tidak ada	Tidak ada	MP
	Siang	<i>Take</i> foto dan video	Tersedia foto dan video <i>indoor</i> produk ganci dan pouch untuk kebutuhan promosi	Tidak ada	Tidak ada	<i>Marketing</i>
15 Okt 25	Pagi	Membeli bahan baku pendukung	Tersedia bahan baku pendukung (furing, kait besi, pensil kain)	Tidak ada	Tidak ada	Manajer
	Siang	Memberikan hasil jahitan dan mengambil bahan	Menyelesaikan 30 pcs produk dan membawa 30 pcs produk untuk dijahit	Terdapat 2 produk yang jahitannya kurang rapi	Dikembalikan ke penjahit untuk diperbaiki jahitannya	<i>Sewing</i>
16 Okt 25	Pagi	Memotong kain untuk dijahit	Persiapan bahan terlaksana	Ketebalan kain yang berbeda-beda	Dikelompokkan berdasarkan bahan kain yang sejenis agar lebih mudah pengerjaannya	MP
	Siang	Mempersiapkan bahan baku pendukung	Persiapan bahan terlaksana	Beberapa tulisan pada label tidak tercetak jelas	Dipilih yang layak dipakai	MP
17 Okt 25	Pagi	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Tidak ada	Tidak ada	<i>Sewing</i>
	Siang	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Mesin jahit mengalami sedikit masalah	Segera diperbaiki	<i>Sewing</i>

18 Okt 25	Pagi	Mengikuti kelas Shopee	Ilmu mengenai optimasi menjual produk di Shopee (ciri khas di foto produk, deskripsi, dan identitas merk)	Shopee Ofelia belum ada sehingga masih sulit untuk menerapkan ilmunya	Segera dibuat akun Shopee	Marketing
	Siang	Pilah foto	Foto dikelompokkan berdasarkan jenis produk	Tidak ada	Tidak ada	Marketing
19 Okt 25	Pagi	Memotong kain untuk dijahit	Persiapan bahan terlaksana	Gunting kurang tajam menyebabkan potongan tidak rapi	Dipastikan gunting/alat potong dalam keadaan tajam sebelum digunakan	MP
	Siang	Offline meeting dengan manajer	Rancangan konsep penjualan di Shopee	Tidak ada	Tidak ada	Marketing
20 Okt 25	Pagi	Mencari referensi untuk konten	Tersedia beberapa ide konten (reels)	Tidak ada	Tidak ada	Marketing
	Siang	Mempersiapkan bahan baku pendukung	Persiapan bahan terlaksana	Beberapa tali tidak rapi ketika dipotong	Menggunakan alat potong yang tajam	MP
21 Okt 25	Pagi	Take foto dan video	Tersedia foto dan video outdoor produk ganci dan pouch untuk kebutuhan promosi	Cuaca agak mendung sehingga mempengaruhi pencahayaan	Diperbaiki dengan diedit	Marketing
	Siang	Memberikan hasil potongan	Menyelesaikan 40 set produk siap jahit	Tidak ada	Tidak ada	MP
22 Okt 25	Pagi	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Pekerjaan terhambat oleh aktivitas pribadi di rumah	Mendahulukan yang lebih prioritas tapi tetap bertanggungjawab terhadap target mingguan, bila perlu dikomunikasikan ke manajer	Sewing
	Siang	Memberikan hasil jahitan dan mengambil bahan	Menyelesaikan 30 pcs produk dan membawa 40 pcs produk untuk dijahit	Tidak ada	Tidak ada	Sewing
23 Okt 25	Pagi	Offline meeting dengan manajer	Mendapatkan rancangan konsep pemasaran produk lanyard	Masih sulit menemukan pasar yang pas	Berusaha lebih banyak mencari referensi dan informasi	Marketing

	Siang	Memotong kain untuk dijahit	Persiapan bahan terlaksana	Tidak ada	Tidak ada	MP
24 Okt 25	Pagi	Take foto dan video	Tersedia foto dan video produk ganci dan pouch dengan konsep yang berbeda untuk kebutuhan Shopee	Karena background foto gelap sehingga pencahayaannya lebih sulit	Dikerjakan semampunya dan diperbaiki dengan diedit	Marketing
	Siang	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Tidak ada	Tidak ada	Sewing
25 Okt 25	Pagi	Proses edit konten	Tersedia sekitar 5 foto yang siap dipublikasikan untuk produk ganci, pengikat kabel, dan pouch	Pekerjaan terhambat oleh aktivitas pribadi di rumah	Mendahulukan yang lebih prioritas, bila perlu dikomunikasikan ke manajer	Marketing
	Siang	Memotong kain untuk dijahit	Persiapan bahan terlaksana	Ketebalan kain yang berbeda-beda sehingga mempengaruhi kecepatan memotong	Diutamakan kain yang mudah dipotong	MP
26 Okt 25	Pagi	Mempersiapkan bahan baku pendukung	Persiapan bahan terlaksana	Pekerjaan terhambat oleh aktivitas pribadi di rumah	Mendahulukan yang lebih prioritas tapi tetap bertanggungjawab terhadap target mingguan, bila perlu dikomunikasikan ke manajer	MP
	Siang	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Beberapa kali benang putus	Memakai benang yang kualitasnya bagus dan dicek alat jahitnya apabila terjadi masalah	Sewing
27 Okt 25	Pagi	Finishing dan upload konten	1 konten feed telah terpublikasi	Tidak ada	Tidak ada	Marketing
	Siang	Mempersiapkan bahan baku pendukung	Persiapan bahan terlaksana	Tali memiliki pilihan warna yang terbatas	Memilih warna yang netral agar sesuai dengan berbagai warna kain	MP
28 Okt 25	Pagi	Memotong kain untuk dijahit	Persiapan bahan terlaksana	Tidak ada	Tidak ada	MP

	Siang	Memberikan hasil potongan	Menyelesaikan 40 set produk siap jahit	Tidak ada	Tidak ada	MP
29 Okt 25	Pagi	Cek stok kain dan bahan baku pendukung	Jumlah dan kualitas bahan baku masih aman	Tidak ada	Tidak ada	Manajer
	Siang	Memberikan hasil jahitan dan mengambil bahan	Menyelesaikan 40 pcs produk dan membawa 40 pcs produk untuk dijahit	Terdapat 1 produk yang jahitannya kurang rapi	Dikembalikan ke penjahit untuk diperbaiki jahitannya	<i>Sewing</i>
30 Okt 25	Pagi	Memotong kain untuk dijahit	Persiapan bahan terlaksana	Gunting kurang tajam menyebabkan potongan tidak rapi	Dipastikan gunting/alat potong dalam keadaan tajam sebelum digunakan	MP
	Siang	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Warna dan motif kain sangat bermacam-macam, jadi warna benang juga harus disesuaikan	Dikelompokkan berdasarkan warna agar lebih efisien dalam menjahit	<i>Sewing</i>
31 Okt 25	Pagi	Membuat rekapan data bulanan	Menyelesaikan rekapan data mengenai jumlah produksi, pesanan, dan penyelesaian pekerjaan bulan Oktober	Belum menemukan format yang pas	Dicatat terlebih dahulu, format menyesuaikan di kemudian hari	Manajer
	Siang	Riset produk baru	Mendapat beberapa pilihan produk baru	Kesulitan menemukan orang terdekat yang tertarik dengan isu lingkungan	Mencari informasi lebih banyak di media online	Manajer
1-Nov-25	Pagi	Membuat pola untuk produk baru	Menyelesaikan pembuatan pola dengan berbagai pilihan ukuran	Belum menemukan ukuran yang pas	Menyediakan beberapa pilihan	Manajer
	Siang	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Tidak ada	Tidak ada	<i>Sewing</i>
2-Nov-25	Pagi	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Pekerjaan terhambat oleh aktivitas pribadi di rumah	Mendahulukan yang lebih prioritas tapi tetap bertanggungjawab terhadap target mingguan, bila perlu dikomunikasikan ke manajer	<i>Sewing</i>

	Siang	Mempersiapkan bahan baku pendukung	Persiapan bahan terlaksana	Salah satu furing sangat tipis	Diskusi dengan manajer	MP
3-Nov-25	Pagi	Cek stok produk	Stok produk aman	Tidak ada	Tidak ada	
	Siang	Mempersiapkan bahan baku pendukung	Persiapan bahan terlaksana	Gunting kurang tajam menyebabkan potongan tidak rapi	Dipastikan gunting/alat potong dalam keadaan tajam sebelum digunakan	MP
4-Nov-25	Pagi	Memberikan hasil potongan	Menyelesaikan 15 set produk siap jahit	Tidak ada	Tidak ada	MP
	Siang	<i>Offline meeting</i> dengan manajer	Mendapat beberapa pilihan konsep untuk konten dan promosi	Belum menemukan kepastian konsep	Diskusi dilanjutkan melalui online	<i>Marketing</i>
5-Nov-25	Pagi	Take foto dan video	Tersedia foto dan video indoor produk lanyard dan ganci lipstik untuk kebutuhan promosi di Shopee	Warna background gelap, sehingga pencahayaan harus benar-benar diatur	Dimaksimalkan dalam pencahayaan dan penataan posisi	<i>Marketing</i>
	Siang	Memberikan hasil jahitan dan mengambil bahan	Menyelesaikan 40 pcs produk dan membawa 15 pcs produk untuk dijahit	Tidak ada	Tidak ada	<i>Sewing</i>
6-Nov-25	Pagi	Memotong kain untuk dijahit	Persiapan bahan terlaksana	Pekerjaan terhambat oleh aktivitas pribadi di rumah	Mendahulukan yang lebih prioritas tapi tetap bertanggungjawab terhadap target mingguan, bila perlu dikomunikasikan ke manajer	MP
	Siang	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Tidak ada	Tidak ada	<i>Sewing</i>
7-Nov-25	Pagi	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Tidak ada	Tidak ada	<i>Sewing</i>
	Siang	Mengambil kain perca di Utami Jahit	Mendapat bahan baku sekitar 2 kg kain perca (sebagian besar kain motif batik)	Tidak ada	Tidak ada	MP
8-Nov-25	Pagi	Membeli bahan baku pendukung di Murni	Kebutuhan bahan terpenuhi (kait besi, tali, furing)	Warna furing tidak lengkap	Membeli di toko online	Manajer

	Siang	Memilah dan mencuci kain perca	2 kg kain telah terpilah dan mendapat sekitar 1 kg kain yang siap dicuci lalu dipotong sesuai pola	Terdapat beberapa kain yang berbahan jeans/kain tebal	Mengkonfirmasi ke mitra bahan kain yang diperlukan	MP
9-Nov-25	Pagi	Mempersiapkan bahan baku pendukung	Persiapan bahan terlaksana	Pekerjaan terhambat oleh aktivitas pribadi di rumah	Mendahulukan yang lebih prioritas tapi tetap bertanggungjawab terhadap target mingguan, bila perlu dikomunikasikan ke manajer	MP
	Siang	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Ketebalan kain yang berbeda mempengaruhi kecepatan dalam menjahit	Berkoordinasi dengan manajer mengenai prioritas dalam memilih kain untuk bahan	<i>Sewing</i>
10-Nov-25	Pagi	<i>Finishing</i> dan upload konten	1 konten reel telah terpublikasi	Tidak ada	Tidak ada	<i>Marketing</i>
	Siang	Mempersiapkan bahan baku pendukung	Persiapan bahan terlaksana	Warna furing tidak lengkap	Disesuaikan dengan warna yang netral	MP
11-Nov-25	Pagi	Mempersiapkan bahan baku pendukung	Persiapan bahan terlaksana	Tidak ada	Tidak ada	MP
	Siang	Memberikan hasil potongan	Menyelesaikan 10 set produk siap jahit	Tidak ada	Tidak ada	MP
12-Nov-25	Pagi	Memberikan hasil jahitan dan mengambil bahan	Menyelesaikan 15 pcs produk dan membawa 10 pcs produk untuk dijahit	Terdapat 1 produk yang jahitannya kurang rapi	Dikembalikan ke penjahit untuk diperbaiki jahitannya	<i>Sewing</i>
	Siang	Edit foto untuk di Shopee	Tersedia sekitar 7 foto untuk produk ganci dan pouch untuk kebutuhan promosi Shopee	Pekerjaan terhambat oleh aktivitas pribadi di rumah	Mendahulukan yang lebih prioritas, bila perlu dikomunikasikan ke manajer	<i>Marketing</i>
13-Nov-25	Pagi	Memotong kain untuk dijahit	Persiapan bahan terlaksana	Ketebalan kain yang berbeda-beda	Dikelompokkan berdasarkan bahan kain yang sejenis agar lebih mudah pengerjaannya	MP

	Siang	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Tidak ada	Tidak ada	<i>Sewing</i>
14-Nov-25	Pagi	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Warna dan motif kain sangat bermacam-macam, jadi warna benang juga harus disesuaikan	Dikelompokkan berdasarkan warna agar lebih efisien dalam menjahit	<i>Sewing</i>
	Siang	<i>Offline meeting</i> dengan manajer	Diskusi konsep deskripsi Shopee setiap produk	Tidak ada	Tidak ada	<i>Marketing</i>
15-Nov-25	Pagi	Membuat deskripsi produk untuk Shopee	Menyelesaikan deskripsi Shopee untuk produk pouch, ganci, dan pengikat kabel	Tidak ada	Tidak ada	<i>Marketing</i>
	Siang	Memotong kain untuk dijahit	Persiapan bahan terlaksana	Gunting kurang tajam menyebabkan potongan tidak rapi	Dipastikan gunting/alat potong dalam keadaan tajam sebelum digunakan	MP
16-Nov-25	Pagi	Memotong kain untuk dijahit	Persiapan bahan terlaksana	Tidak ada	Tidak ada	MP
	Siang	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Tidak ada	Tidak ada	<i>Sewing</i>
17-Nov-25	Pagi	Edit foto untuk di Shopee	Tersedia sekitar 7 foto untuk produk lanyard dan ganci lipstik untuk kebutuhan promosi Shopee	Proses edit membutuhkan waktu yang lebih lama	Koordinasi dengan manajer	<i>Marketing</i>
	Siang	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Tidak ada	Tidak ada	<i>Sewing</i>
18-Nov-25	Pagi	Memberikan hasil potongan	Menyelesaikan 15 set produk siap jahit	Tidak ada	Tidak ada	MP
	Siang	Mengirim produk ke Dirty Store		Tidak ada	Tidak ada	Manajer
19-Nov-25	Pagi	<i>Take</i> foto dan video	Tersedia foto dan video indoor produk lanyard dan ganci lipstik untuk kebutuhan promosi	Karena background foto gelap sehingga pencahayaannya lebih sulit	Dikerjakan semampunya dan diperbaiki dengan diedit	<i>Marketing</i>
	Siang	Memberikan hasil jahitan dan mengambil bahan	Menyelesaikan 10 pcs produk dan membawa 15 pcs produk untuk dijahit	Tidak ada	Tidak ada	<i>Sewing</i>

20-Nov-25	Pagi	Offline meeting dengan manajer	Evaluasi foto dan deskripsi produk untuk Shopee	Tidak ada	Tidak ada	Marketing
	Siang	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Tidak ada	Tidak ada	Sewing
21-Nov-25	Pagi	Mempersiapkan bahan baku pendukung	Persiapan bahan terlaksana	Gunting kurang tajam menyebabkan potongan tidak rapi	Dipastikan gunting/alat potong dalam keadaan tajam sebelum digunakan	MP
	Siang	Edit video untuk di Shopee	Tersedia sekitar 3 video untuk produk ganci dan pouch untuk kebutuhan promosi Shopee	Belum memiliki akun yang pro, sehingga proses mengedit terkendala	Berkoordinasi dengan manajer untuk pengadaan akun edit pro	Marketing
22-Nov-25	Pagi	Mempersiapkan bahan baku pendukung	Persiapan bahan terlaksana	Beberapa tulisan pada label tidak tercetak jelas	Dipilih yang layak dipakai	MP
	Siang	Memotong kain untuk dijahit	Persiapan bahan terlaksana	Ketebalan kain yang berbeda-beda	Dikelompokkan berdasarkan bahan kain yang sejenis agar lebih mudah pengerjaannya	MP
23-Nov-25	Pagi	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Tidak ada	Tidak ada	Sewing
	Siang	Memotong kain untuk dijahit	Persiapan bahan terlaksana	Ketebalan kain yang berbeda-beda sehingga mempengaruhi kecepatan memotong	Diutamakan kain yang mudah dipotong	MP
24-Nov-25	Pagi	Finishing dan upload konten	1 konten reel telah terpublikasi	Tidak ada	Tidak ada	Marketing
	Siang	Mempersiapkan bahan baku pendukung	Persiapan bahan terlaksana	Gunting kurang tajam menyebabkan potongan tidak rapi	Dipastikan gunting/alat potong dalam keadaan tajam sebelum digunakan	MP
25-Nov-25	Pagi	Memotong kain untuk dijahit	Persiapan bahan terlaksana	Tidak ada	Tidak ada	MP
	Siang	Memberikan hasil potongan	Menyelesaikan 15 set produk siap jahit	Tidak ada	Tidak ada	MP

26-Nov-25	Pagi	Memberikan hasil jahitan dan mengambil bahan	Menyelesaikan 15 pcs produk dan membawa 15 pcs produk untuk dijahit	Tidak ada	Tidak ada	<i>Sewing</i>
	Siang	Cek stok kain dan bahan baku pendukung	Stok bahan baku aman	Tidak ada	Tidak ada	Manajer
27-Nov-25	Pagi	Upload produk di Shopee	Pouch telah terpublikasi di Shopee	Tidak ada	Tidak ada	<i>Marketing</i>
	Siang	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Tidak ada	Tidak ada	<i>Sewing</i>
28-Nov-25	Pagi	Memotong kain untuk dijahit	Persiapan bahan terlaksana	Gunting kurang tajam menyebabkan potongan tidak rapi	Dipastikan gunting/alat potong dalam keadaan tajam sebelum digunakan	MP
	Siang	Mempersiapkan bahan baku pendukung	Persiapan bahan terlaksana	Warna furing tidak lengkap	Disesuaikan dengan warna yang netral	MP
29-Nov-25	Pagi	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Mesin jahit mengalami sedikit masalah	Segera diperbaiki	<i>Sewing</i>
	Siang	Mempersiapkan bahan baku pendukung	Persiapan bahan terlaksana	Tidak ada	Tidak ada	MP
30-Nov-25	Pagi	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Pekerjaan terhambat oleh aktivitas pribadi di rumah	Mendahulukan yang lebih prioritas tapi tetap bertanggungjawab terhadap target mingguan, bila perlu dikomunikasikan ke manajer	<i>Sewing</i>
	Siang	Membuat rekapan data bulanan	Menyelesaikan rekapan data mengenai jumlah produksi, pesanan, dan penyelesaian pekerjaan bulan November	Tidak ada	Tidak ada	Manajer

1-Dec-25	Pagi	Mempersiapkan bahan baku pendukung	Persiapan bahan terlaksana	Tali memiliki pilihan warna yang terbatas	Memilih warna yang netral agar sesuai dengan berbagai warna kain	MP
	Siang	Memotong kain untuk dijahit	Persiapan bahan terlaksana	Tidak ada	Tidak ada	MP
2-Dec-25	Pagi	Take foto dan video	Tersedia foto dan video outdoor produk lanyard dan ganci lipstik untuk kebutuhan promosi	Tempat ramai	Pindah tempat lain	<i>Marketing</i>
	Siang	<i>Offline meeting</i> dengan manajer	Membahas dan mengevaluasi deskripsi produk untuk Shopee	Tidak ada	Tidak ada	<i>Marketing</i>
3-Dec-25	Pagi	Memotong kain untuk dijahit	Persiapan bahan terlaksana	Ketebalan kain yang berbeda-beda sehingga mempengaruhi kecepatan memotong	Diutamakan kain yang mudah dipotong	MP
	Siang	Upload produk di Shopee	Ganci L dan M telah terpublikasi di Shopee	Tidak ada	Tidak ada	<i>Marketing</i>
4-Dec-25	Pagi	Memberikan hasil potongan	Menyelesaikan 35 set produk siap jahit	Terlambat 2 hari dalam mengumpulkan produk	Melakukan evaluasi penyebab keterlambatan	MP
	Siang	Memberikan hasil jahitan dan mengambil bahan	Menyelesaikan 15 pcs produk dan membawa 35 pcs produk untuk dijahit	Terlambat 1 hari dalam mengumpulkan produk	Melakukan evaluasi penyebab keterlambatan	<i>Sewing</i>
5-Dec-25	Pagi	Membuat deskripsi produk untuk Shopee	Menyelesaikan deskripsi Shopee untuk produk lanyard dan ganci lipstik	Tidak ada	Tidak ada	<i>Marketing</i>
	Siang	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Tidak ada	Tidak ada	<i>Sewing</i>

6-Dec-25	Pagi	Memotong kain untuk dijahit	Persiapan bahan terlaksana	Pekerjaan terhambat oleh aktivitas pribadi di rumah	Mendahulukan yang lebih prioritas tapi tetap bertanggungjawab terhadap target mingguan, bila perlu dikomunikasikan ke manajer	MP
	Siang	Memotong kain untuk dijahit	Persiapan bahan terlaksana	Tidak ada	Tidak ada	MP
7-Dec-25	Pagi	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Beberapa kali benang putus	Memakai benang yang kualitasnya bagus dan dicek alat jahitnya apabila terjadi masalah	<i>Sewing</i>
	Siang	<i>Offline meeting</i> dengan manajer	Membahas dan mengevaluasi deskripsi produk untuk Shopee	Tidak ada	Tidak ada	<i>Marketing</i>
8-Dec-25	Pagi	<i>Take</i> foto dan video	Tersedia foto dan video outdoor produk lanyard dan ganci lipstik untuk kebutuhan promosi	Memiliki keterbatasan untuk orang yang menjadi peraga	Bekerjasama dengan manajer	<i>Marketing</i>
	Siang	Memotong kain untuk dijahit	Persiapan bahan terlaksana	Ketebalan kain yang berbeda-beda	Dikelompokkan berdasarkan bahan kain yang sejenis agar lebih mudah pengerjaannya	MP
9-Dec-25	Pagi	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Tidak ada	Tidak ada	<i>Sewing</i>
	Siang	Edit video untuk shopee	Tersedia sekitar 3 video untuk produk lanyard dan ganci lipstik untuk kebutuhan promosi Shopee	Tidak ada	Tidak ada	<i>Marketing</i>
10-Dec-25	Pagi	Memberikan hasil potongan	Menyelesaikan 35 set produk siap jahit	Terlambat 1 hari dalam mengumpulkan produk	Meningkatkan koordinasi dan memperbaiki komunikasi	MP

	Siang	Memperbarui deskripsi produk di Shopee	Menyelesaikan catatan hasil diskusi mengenai deskripsi produk di Shopee	Tidak ada	Tidak ada	<i>Marketing</i>
11-Dec-25	Pagi	Memotong kain untuk dijahit	Persiapan bahan terlaksana	Tidak ada	Tidak ada	MP
	Siang	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Mesin jahit mengalami sedikit masalah	Segera diperbaiki	<i>Sewing</i>
12-Dec-25	Pagi	<i>Upload</i> produk di Shopee	Lanyard telah terpublikasi di Shopee	Tidak ada	Tidak ada	<i>Marketing</i>
	Siang	Memotong kain untuk dijahit	Persiapan bahan terlaksana	Gunting kurang tajam menyebabkan potongan tidak rapi	Dipastikan gunting/alat potong dalam keadaan tajam sebelum digunakan	MP
13-Dec-25	Pagi	Memberikan hasil jahitan dan mengambil bahan	Menyelesaikan 35 pcs produk dan membawa 35 pcs produk untuk dijahit	Terlambat 3 hari dalam mengumpulkan produk	Meningkatkan koordinasi dan memperbaiki komunikasi	<i>Sewing</i>
	Siang	Mempersiapkan bahan baku pendukung	Persiapan bahan terlaksana	Stok bahan tidak tersusun rapi sehingga membutuhkan waktu lebih lama	Koordinasi dengan manajer mengenai pengadaan storage	MP
14-Dec-25	Pagi	Mempersiapkan bahan baku pendukung	Persiapan bahan terlaksana	Tidak ada	Tidak ada	MP
	Siang	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Ketebalan kain yang berbeda mempengaruhi kecepatan dalam menjahit	Berkoordinasi dengan manajer mengenai prioritas dalam memilih kain untuk bahan	<i>Sewing</i>
15-Dec-25	Pagi	Edit foto dan video	Tersedia sekitar 5 foto lanyard dan 1 video untuk konten yang siap dipublikasikan	Tidak ada	Tidak ada	<i>Marketing</i>
	Siang	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Warna dan motif kain sangat bermacam-macam, jadi warna benang juga harus disesuaikan	Dikelompokkan berdasarkan warna agar lebih efisien dalam menjahit	<i>Sewing</i>

16-Dec-25	Pagi	Memotong kain untuk dijahit	Persiapan bahan terlaksana	Pekerjaan terhambat oleh aktivitas pribadi di rumah	Mendahulukan yang lebih prioritas tapi tetap bertanggungjawab terhadap target mingguan, bila perlu dikomunikasikan ke manajer	MP
	Siang	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Tidak ada	Tidak ada	<i>Sewing</i>
17-Dec-25	Pagi	Memberikan hasil potongan	Menyelesaikan 45 set produk siap jahit	Terlambat dalam mengumpulkan produk 1 hari	Meningkatkan koordinasi dan memperbaiki komunikasi	MP
	Siang	Memberikan hasil jahitan dan mengambil bahan	Menyelesaikan 35 pcs produk dan membawa 45 pcs produk untuk dijahit	Tidak ada	Tidak ada	<i>Sewing</i>
18-Dec-25	Pagi	<i>Take</i> foto dan video	Tersedia foto dan video semua produk untuk kebutuhan promosi	Dekorasi untuk foto masih terbatas	Memaksimalkan dekorasi yang ada, seperti alas potong	<i>Marketing</i>
	Siang	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Tidak ada	Tidak ada	<i>Sewing</i>
19-Dec-25	Pagi	Mempersiapkan bahan baku pendukung	Persiapan bahan terlaksana	Gunting kurang tajam menyebabkan potongan tidak rapi	Dipastikan gunting/alat potong dalam keadaan tajam sebelum digunakan	MP
	Siang	<i>Upload</i> video di Shopee	Video untuk produk ganci dan pouch telah terpublikasi di Shopee	Terdapat video yang melebihi ukuran maksimum	Video diedit lagi untuk menyesuaikan dengan kapasitas Shopee	<i>Marketing</i>
20-Dec-25	Pagi	Mempersiapkan bahan baku pendukung	Persiapan bahan terlaksana	Kancing memiliki pilihan warna yang terbatas	Dipilih warna yang netral	MP
	Siang	Mengambil kain perca di Utami Jahit	Mendapat bahan baku sekitar 4 kg kain perca (sebagian besar kain polos bahan satin)	Tidak ada	Tidak ada	MP

21-Dec-25	Pagi	Memilah dan mencuci kain perca	4 kg kain telah terpilah dan mendapat sekitar 3 kg kain yang siap dicuci lalu dipotong sesuai pola	Terdapat beberapa kain yang nodanya tidak bisa dihilangi dan luntur	Tidak menggunakan kain tersebut untuk bahan baku	MP
	Siang	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Tidak ada	Tidak ada	<i>Sewing</i>
22-Dec-25	Pagi	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Pekerjaan terhambat oleh aktivitas pribadi di rumah	Mendahulukan yang lebih prioritas tapi tetap bertanggungjawab terhadap target mingguan, bila perlu dikomunikasikan ke manajer	<i>Sewing</i>
	Siang	Memotong kain untuk dijahit	Persiapan bahan terlaksana	Tidak ada	Tidak ada	MP
23-Dec-25	Pagi	<i>Finishing</i> dan upload konten	1 konten feed telah terpublikasi	Tidak ada	Tidak ada	<i>Marketing</i>
	Siang	Memberikan hasil potongan	Menyelesaikan 45 set produk siap jahit	Tidak ada	Tidak ada	MP
24-Dec-25	Pagi	<i>Finishing</i> dan upload konten	1 konten feed telah terpublikasi	Tidak ada	Tidak ada	<i>Marketing</i>
	Siang	Memberikan hasil jahitan dan mengambil bahan	Menyelesaikan 45 pcs produk dan membawa 45 pcs produk untuk dijahit	Terdapat 3 produk yang jahitannya kurang rapi	Dikembalikan ke penjahit untuk diperbaiki jahitannya	<i>Sewing</i>
25-Dec-25	Pagi	<i>Finishing</i> dan upload konten	1 konten reel telah terpublikasi	Tidak ada	Tidak ada	<i>Marketing</i>
	Siang	<i>Upload</i> video di Shopee	Video untuk produk lanyard dan ganci lipstik telah terpublikasi di Shopee	Tidak ada	Tidak ada	<i>Marketing</i>
26-Dec-25	Pagi	Memotong kain untuk dijahit	Persiapan bahan terlaksana	Ketebalan kain yang berbeda-beda	Dikelompokkan berdasarkan bahan kain yang sejenis agar lebih mudah pengerjaannya	MP
	Siang	Mempersiapkan bahan baku pendukung	Persiapan bahan terlaksana	Tidak ada	Tidak ada	MP

27-Dec-25	Pagi	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Beberapa kali benang putus	Memakai benang yang kualitasnya bagus dan dicek alat jahitnya apabila terjadi masalah	<i>Sewing</i>
	Siang	Mempersiapkan bahan baku pendukung	Persiapan bahan terlaksana	Beberapa tulisan pada label tidak tercetak jelas	Dipilih yang layak dipakai	MP
28-Dec-25	Pagi	Membuat rekap data bulanan	Menyelesaikan rekap data mengenai jumlah produksi, pesanan, dan penyelesaian pekerjaan bulan Desember	Tidak ada	Tidak ada	Manajer
	Siang	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Mesin jahit mengalami sedikit masalah	Segera diperbaiki	<i>Sewing</i>
29-Dec-25	Pagi	LIBUR TAHUN BARU				
	Siang					
30-Dec-25	Pagi					
	Siang					
31-Dec-25	Pagi	Memotong kain untuk dijahit	Persiapan bahan terlaksana	Gunting kurang tajam menyebabkan potongan tidak rapi	Dipastikan gunting/alat potong dalam keadaan tajam sebelum digunakan	MP
	Siang	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Pekerjaan terhambat oleh aktivitas pribadi di rumah	Mendahulukan yang lebih prioritas tapi tetap bertanggungjawab terhadap target mingguan, bila perlu dikomunikasikan ke manajer	<i>Sewing</i>

1-Jan-26	Pagi	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Warna dan motif kain sangat bermacam-macam, jadi warna benang juga harus disesuaikan	Dikelompokkan berdasarkan warna agar lebih efisien dalam menjahit	<i>Sewing</i>
	Siang	Memotong kain untuk dijahit	Persiapan bahan terlaksana	Ketebalan kain yang berbeda-beda sehingga mempengaruhi kecepatan memotong	Diutamakan kain yang mudah dipotong	MP
2-Jan-26	Pagi	Memberikan hasil potongan	Menyelesaikan 60 set produk siap jahit	Terlambat 1 hari dalam mengumpulkan produk	Dikembalikan ke penjahit untuk diperbaiki jahitannya	MP
	Siang	Memberikan hasil jahitan dan mengambil bahan	Menyelesaikan 45 pcs produk dan membawa 60 pcs produk untuk dijahit	Terlambat 2 hari dalam mengumpulkan produk	Dikembalikan ke penjahit untuk diperbaiki jahitannya	<i>Sewing</i>
3-Jan-26	Pagi	<i>Upload</i> produk di Shopee	Ganci Lipstik telah terpublikasi di Shopee	Tidak ada	Tidak ada	<i>Marketing</i>
	Siang	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Warna dan motif kain sangat bermacam-macam, jadi warna benang juga harus disesuaikan	Dikelompokkan berdasarkan warna agar lebih efisien dalam menjahit	<i>Sewing</i>
4-Jan-26	Pagi	<i>Take</i> foto dan video	Tersedia foto dan video untuk kebutuhan promosi produk dompet kartu	Tidak ada	Tidak ada	<i>Marketing</i>
	Siang	Memotong kain untuk dijahit	Persiapan bahan terlaksana	Tidak ada	Tidak ada	MP
5-Jan-26	Pagi	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Pekerjaan terhambat oleh aktivitas pribadi di rumah	Mendahulukan yang lebih prioritas tapi tetap bertanggungjawab terhadap target mingguan, bila perlu dikomunikasikan ke manajer	<i>Sewing</i>
	Siang	<i>Offline meeting</i> dengan manajer	Evaluasi kinerja promosi dan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	<i>Marketing</i>

6-Jan-26	Pagi	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Ketebalan kain yang berbeda-beda	Dikelompokkan berdasarkan bahan kain yang sejenis agar lebih mudah pengerjaannya	<i>Sewing</i>
	Siang	Memotong kain untuk dijahit	Persiapan bahan terlaksana	Ketebalan kain yang berbeda-beda sehingga mempengaruhi kecepatan memotong	Diutamakan kain yang mudah dipotong	MP
7-Jan-26	Pagi	Memberikan hasil potongan	Menyelesaikan 55 set produk siap jahit	Terlambat 1 hari dalam mengumpulkan produk	Menyesuaikam target produksi dan kapasitas karyawan	MP
	Siang	Memberikan hasil jahitan dan mengambil bahan	Menyelesaikan 60 pcs produk dan membawa 55 pcs produk untuk dijahit	Terlambat 1 hari dalam mengumpulkan produk	Menyesuaikam target produksi dan kapasitas karyawan	<i>Sewing</i>
8-Jan-26	Pagi	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Tidak ada	Tidak ada	
	Siang	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Mesin jahit mengalami sedikit masalah	Segera diperbaiki	<i>Sewing</i>
9-Jan-26	Pagi	<i>Take</i> foto dan video	Tersedia foto dan video untuk kebutuhan promosi produk	Pekerjaan terhambat oleh aktivitas pribadi di rumah	Mendahulukan yang lebih prioritas, bila perlu dikomunikasikan ke manajer	<i>Marketing</i>
	Siang	Mempersiapkan bahan baku pendukung	Persiapan bahan terlaksana	Kancing memiliki pilihan warna yang terbatas	Dipilih warna yang netral	MP
10-Jan-26	Pagi	Memotong kain untuk dijahit	Persiapan bahan terlaksana	Tidak ada	Tidak ada	MP
	Siang	Mengambil kain perca di Resta Jahit	Mendapat bahan baku sekitar 4 kg kain perca	Tidak ada	Tidak ada	MP
11-Jan-26	Pagi	Memilah dan mencuci kain perca	4 kg kain telah terpilah dan mendapat sekitar 2,5 kg kain yang siap dicuci lalu dipotong sesuai pola	Beberapa kain perca ukurannya sangat kecil	Sisa kain disimpan sementara	MP

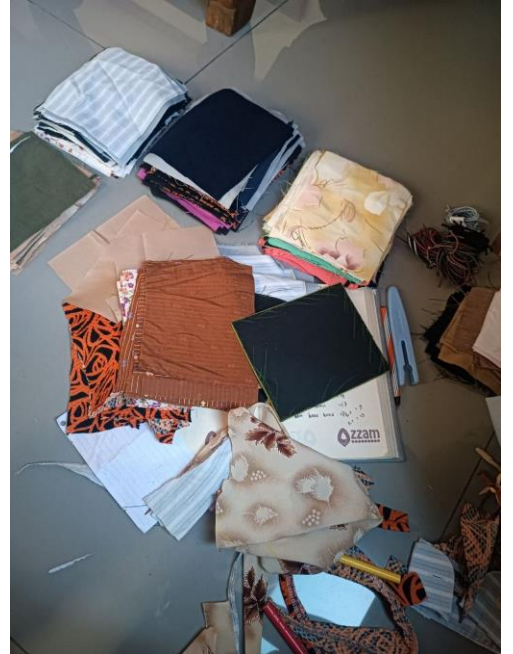
	Siang	Mempersiapkan bahan baku pendukung	Persiapan bahan terlaksana	Beberapa tali tidak rapi ketika dipotong	Menggunakan korek api agar rapi	MP
12-Jan-26	Pagi	Memotong kain untuk dijahit	Persiapan bahan terlaksana	Tidak ada	Tidak ada	
	Siang	<i>Offline meeting</i> dengan manajer	Evaluasi promosi eksternal dan rencana menambah 1 toko untuk dijadikan mitra	Tidak ada	Tidak	<i>Marketing</i>
13-Jan-26	Pagi	Memotong kain untuk dijahit	Persiapan bahan terlaksana	Tidak ada	Tidak ada	MP
	Siang	Membeli bahan baku pendukung di Murni	Tersedia bahan baku pendukung (kancing, bisban, dan karet)	Bisban hanya terdapat 1 warna	Membeli kekurangannya di toko online	Manajer
14-Jan-26	Pagi	Memberikan hasil potongan	Menyelesaikan 55 set produk siap jahit	Terlambat 1 hari dalam mengumpulkan produk	Menyesuaikan target produksi dan kapasitas karyawan	MP
	Siang	Memberikan hasil jahitan dan mengambil bahan	Menyelesaikan 55 pcs produk dan membawa 55 pcs produk untuk dijahit	Tidak ada	Tidak ada	<i>Sewing</i>
15-Jan-26	Pagi	Memotong kain untuk dijahit	Persiapan bahan terlaksana	Tidak ada	Tidak ada	MP
	Siang	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Beberapa kali benang putus	Memakai benang yang kualitasnya bagus dan dicek alat jahitnya apabila terjadi masalah	<i>Sewing</i>
16-Jan-26	Pagi	Mengirim produk ke Buah Hati Shop		Tidak ada	Tidak ada	Manajer
	Siang	Merancang kerjasama dengan Blessed Gift	Terdapat beberapa pilihan sistem kerjasama dan konsep produknya	Tidak ada	Tidak	Manajer
17-Jan-26	Pagi	Mempersiapkan bahan baku pendukung	Persiapan bahan terlaksana	Tidak ada	Tidak ada	MP
	Siang	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Warna dan motif kain sangat bermacam-macam, jadi warna benang juga harus disesuaikan	Dikelompokkan berdasarkan warna agar lebih efisien dalam menjahit	<i>Sewing</i>

18-Jan-26	Pagi	Mempersiapkan bahan baku pendukung	Persiapan bahan terlaksana	Tidak ada	Tidak ada	MP
	Siang	Membeli bahan baku pendukung di Murni	Tersedia bahan baku pendukung (kait besi, plastik, dan pita)	Tidak ada	Tidak ada	Manajer
19-Jan-26	Pagi	Mempersiapkan bahan baku pendukung	Persiapan bahan terlaksana	Tali memiliki pilihan warna yang terbatas	Memilih warna yang netral agar sesuai dengan berbagai warna kain	MP
	Siang	Memotong kain untuk dijahit	Persiapan bahan terlaksana	Tidak ada	Tidak ada	MP
20-Jan-26	Pagi	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Pekerjaan terhambat oleh aktivitas pribadi di rumah	Mendahulukan yang lebih prioritas tapi tetap bertanggungjawab terhadap target mingguan, bila perlu dikomunikasikan ke manajer	<i>Sewing</i>
	Siang	Memotong kain untuk dijahit	Persiapan bahan terlaksana	Tidak ada	Tidak ada	MP
21-Jan-26	Pagi	Memberikan hasil potongan	Menyelesaikan 50 set produk siap jahit	Terlambat 1 hari dalam mengumpulkan produk	Meningkatkan koordinasi dan memperbaiki komunikasi	MP
	Siang	Memberikan hasil jahitan dan mengambil bahan	Menyelesaikan 55 pcs produk dan membawa 50 pcs produk untuk dijahit	Terdapat 2 produk yang jahitannya kurang rapi	Dikembalikan ke penjahit untuk diperbaiki jahitannya	<i>Sewing</i>
22-Jan-26	Pagi	Memotong kain untuk dijahit	Persiapan bahan terlaksana	Ketebalan kain yang berbeda-beda	Dikelompokkan berdasarkan bahan kain yang sejenis agar lebih mudah pengerjaannya	MP
	Siang	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Tidak ada	Tidak ada	<i>Sewing</i>
23-Jan-26	Pagi	Memotong kain untuk dijahit	Persiapan bahan terlaksana	Gunting kurang tajam menyebabkan potongan tidak rapi	Dipastikan gunting/alat potong dalam keadaan tajam sebelum digunakan	MP

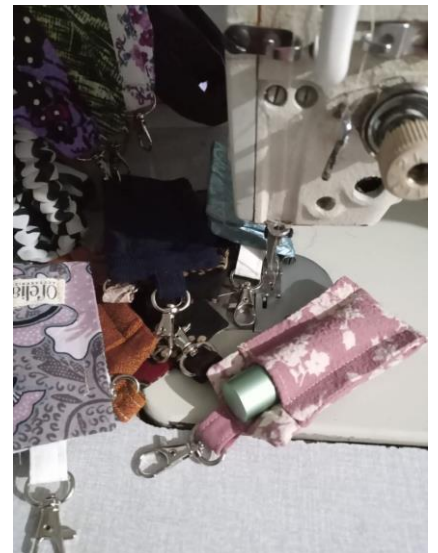
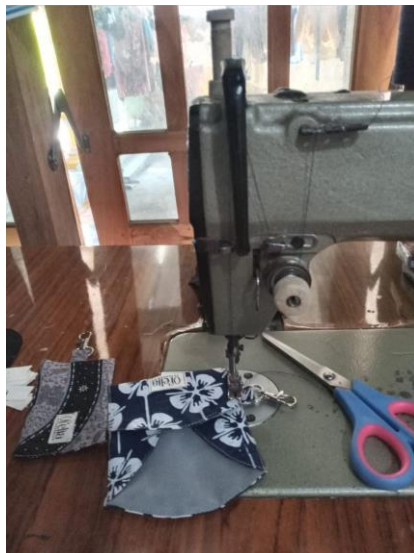
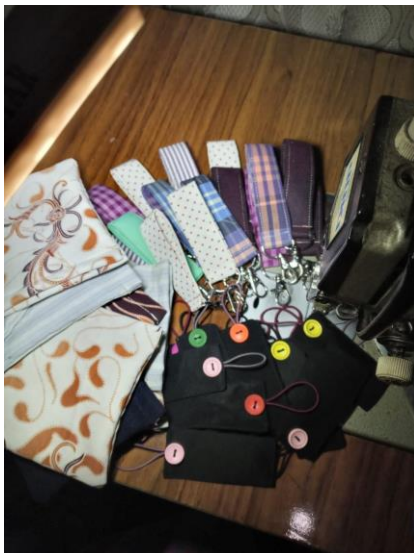
	Siang	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Mesin jahit mengalami sedikit masalah	Segera diperbaiki	<i>Sewing</i>
24-Jan-26	Pagi	Proses menjahit produk	Pengerjaan produk berjalan	Tidak ada	Tidak ada	<i>Sewing</i>
	Siang	Mempersiapkan bahan baku pendukung	Persiapan bahan terlaksana	Tidak ada	Tidak ada	MP
25-Jan-26	Pagi	Mempersiapkan bahan baku pendukung	Persiapan bahan terlaksana	Gunting kurang tajam menyebabkan potongan tidak rapi	Dipastikan gunting/alat potong dalam keadaan tajam sebelum digunakan	MP
	Siang	Diskusi dengan Blessed Gift secara offline	Memastikan bentuk produk yang akan dipilih untuk kerjasama	Belum ada kejelasan mengenai harga produk	Masing-masing pihak mempertimbangkan secara pribadi untuk memberikan opsi di pertemuan selanjutnya	Manajer

Lampiran 2. Dokumentasi Proses Bisnis Ofelia

Proses Memotong Kain



Proses Menjahit Produk



Proses *Packing* Produk



Stok Produk



Testimoni Pelanggan

