

BAB 3

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan metode *Failure Mode and Effect Analysis* (FMEA) dan *Business Process Improvement* (BPI) untuk menilai dan meningkatkan operasi bisnis penjualan *souvenir* melalui WhatsApp di Tala House. Metodologi penelitian yang digunakan meliputi beberapa tahapan mulai dari mengumpulkan data, menganalisis proses bisnis, mengidentifikasi dan menilai masalah yang mungkin terjadi, hingga membuat rekomendasi proses bisnis penjualan untuk perbaikan.

3.1 JENIS DAN SUMBER DATA PENELITIAN

Dalam penelitian ini, digunakan Data Sekunder yang memainkan peran penting dalam mendukung analisis yang komprehensif. Data yang diperoleh melalui serangkaian wawancara terperinci mengenai proses pembuatan, yang melibatkan pihak-pihak yang terlibat langsung dalam proses tersebut. Selain itu, dilakukan juga pengkajian literatur yang luas dan relevan dengan ruang lingkup penelitian, yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang isu-isu yang terkait dengan topik penelitian. Kombinasi antara data primer yang konkret dengan data sekunder yang mendalam diharapkan dapat memberikan pemahaman yang holistik dan mendalam tentang fenomena yang diteliti.

3.2 TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Proses pengumpulan data sangat penting untuk menentukan arah dan hasil penelitian, dan dibutuhkan berbagai sumber data untuk dilakukan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kajian Literatur dan Kajian Pustaka

Pengumpulan data dengan membaca sumber-sumber untuk menemukan dan memahami pengetahuan yang sedang dipelajari yang melibatkan penelaahan, analisis, dan evaluasi teori, konsep, serta temuan penelitian terdahulu dari berbagai sumber seperti jurnal ilmiah, buku, dan artikel untuk membangun

landasan teoritis yang kuat, memahami konteks serta perkembangan terbaru dalam bidang penelitian, mengidentifikasi celah penelitian, dan tujuan penelitian dengan menyusun ringkasan serta evaluasi dari penelitian-penelitian yang relevan yang berkaitan dengan analisis proses bisnis.

2. Studi Lapangan atau Observasi

Pada tahap ini penelitian yang dilakukan dengan pengamatan langsung terhadap objek penelitian di lokasi aslinya untuk mengumpulkan data, memahami situasi nyata, dan mendapatkan wawasan mendalam tentang perilaku, interaksi, serta situasi proses bisnis yang sedang berjalan.

3. Wawancara

Wawancara dilakukan sebagai salah satu metode pengumpulan data utama dalam penelitian ini untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai proses bisnis dan permasalahan yang dihadapi oleh Tala House. Wawancara dilakukan dengan pihak yang terlibat langsung dalam proses penjualan dan pencatatan orderan. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam sistem penjualan, mengumpulkan informasi tentang prosedur operasional yang ada. Informasi yang diperoleh dari wawancara ini akan dianalisis untuk mengembangkan rekomendasi yang dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas proses bisnis di Tala House.

4. Dokumentasi

Tahapan ini pengumpulan data yang melibatkan pencatatan informasi secara sistematis melalui foto, catatan tertulis, atau arsip yang digunakan untuk mendukung, menggambarkan, dan memvalidasi temuan penelitian.

3.3 ALAT PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan komputer dan perangkat lunak yang dibutuhkan, seperti koneksi internet dan komputer dengan spesifikasi yang cukup untuk menjalankan sistem operasi dan alat pemrograman. Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Komputer/Laptop

Dengan spesifikasi :

- a. *Operator System : Windows 11*
 - b. *Processor : AMD Ryzen 3 3250U*
 - c. *Memory : 8GB*
 - d. *Storage : 256 GB*
2. Web Browser : Google Chrome, atau sejenisnya
 3. Software Pengolahan Kata : *Microsoft Word 2019*
 4. Software : Bizagi Modeler, draw.io

3.4 PROFIL USAHA TALA HOUSE

Berdasarkan hasil observasi lapangan yang dilakukan penulis, Bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Tala House berdiri pada tahun 2020, dimana usaha ini bergerak pada bidang bisnis industri kreatif kerajinan tangan (*craft*) untuk hadiah. Usaha ini fokus pada pengembangan dan penjualan produk kerajinan tangan yang berkualitas tinggi dan inovatif. Tala House tidak hanya menjual produk-produk yang sedang tren tetapi juga menawarkan produk unik yang belum banyak dipasarkan, menciptakan daya tarik tersendiri bagi para pelanggan.

3.4.1 Struktur Organisasi Tala House

Sebagai pelaku industri kreatif UMKM, Tala House memiliki struktur organisasi yang dirancang untuk mendukung pertumbuhan dan perkembangan dalam menghadirkan produk. Struktur organisasi kami mencerminkan komitmen terhadap kolaborasi dan kreativitas, dengan tim yang terdiri dari individu-individu yang memiliki keahlian di berbagai bidang. Usaha yang ada di Tala House, setiap departemen memainkan peran kunci dalam menginspirasi dan mengembangkan ide-ide baru, memastikan bahwa kami tetap menjadi pemimpin di industri kreatif. Berikut merupakan struktur organisasi yang ada pada Tala House :



Gambar 3.1 Struktur Organisasi Tala House

1. Pemilik/Owner

Memiliki tanggung jawab atas visi, misi, serta arah strategis usaha. Pemilik atau owner bertanggung jawab untuk membuat keputusan strategis penting yang mempengaruhi pertumbuhan dan arah bisnis usaha, serta memastikan bahwa semua operasional berjalan sesuai dengan visi yang telah ditetapkan. Pemilik Tala House juga mengawasi aspek-aspek kunci seperti pengembangan produk, manajemen keuangan, strategi pemasaran, dan manajemen sumber daya manusia untuk mendukung kesuksesan jangka panjang usaha dalam industri kreatif.

2. Manager

Bertanggung jawab atas koordinasi dan pengelolaan operasional harian perusahaan. Manager bertanggung jawab untuk memastikan bahwa semua tim dan departemen beroperasi secara selaras dengan tujuan dan strategi pemilik bisnis. Tanggung jawab manager termasuk mengelola kinerja tim, membuat rencana taktis, menerapkan aturan perusahaan, dan memastikan bahwa semua prosedur diikuti dengan tepat dan sesuai. Manager juga berperan dalam memfasilitasi komunikasi antar departemen, memecahkan masalah operasional, dan mengambil keputusan penting untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha Tala House.

3. Manager Produksi

Bertanggung jawab untuk mengawasi dan mengarahkan semua tugas yang berhubungan dengan produksi serta mengatur, melaksanakan, dan menilai proses lengkap untuk menjamin bahwa barang yang dibuat sesuai dengan standar yang disyaratkan oleh bisnis. Manager Produksi bekerja sama dengan tim produksi untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya, memantau jadwal produksi, serta mengidentifikasi dan menyelesaikan masalah yang mungkin timbul selama proses produksi. Selain itu, manager produksi juga berperan dalam mengembangkan strategi untuk meningkatkan produktivitas, mengendalikan biaya produksi, dan memastikan kesesuaian dengan standar keamanan dan kualitas yang ditetapkan, yang semuanya berkontribusi pada kesuksesan operasional Tala House

4. Manager Operasional

Manager Operasi di Tala House bertanggung jawab untuk mengawasi operasi bisnis sehari-hari untuk menjamin efektivitas dan kelancaran berbagai tugas, seperti pengiriman, pemeliharaan fasilitas, dan logistik.

5. Manager Keuangan

Manager Keuangan di Tala House bertanggung jawab untuk mengawasi keuangan perusahaan, termasuk perencanaan keuangan jangka panjang, manajemen anggaran, pemantauan keuangan, pelaporan keuangan, dan analisis keuangan, memastikan keuangan perusahaan sehat, mematuhi regulasi keuangan, serta memberikan rekomendasi strategis kepada manajemen untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis Tala House.

6. Manager HR (*Human Resources*)

Manager HR di Tala House bertanggung jawab mengelola sumber daya manusia perusahaan. Meliputi rekrutmen, seleksi, pelatihan, pengembangan karyawan, pemantauan kinerja dan kebijakan HR, memastikan kebijakan perusahaan terkait dengan karyawan diterapkan secara konsisten, serta

mengelola hubungan antara manajemen dan karyawan untuk menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan mendukung pertumbuhan.

7. Manager Pemasaran

Manager Pemasaran di Tala House bertanggung jawab untuk merancang dan mengimplementasikan strategi pemasaran untuk meningkatkan produk dan brand Tala House.

8. Admin Produksi

Bertanggung jawab atas administrasi dan koordinasi operasional dalam departemen produksi, meliputi manajemen jadwal produksi, pemantauan inventaris bahan baku, koordinasi dengan tim produksi untuk memastikan kelancaran proses produksi, serta pencatatan dan pelaporan data yang terkait dengan aktivitas produksi.

9. Admin Operasional

Admin Operasional di Tala House bertanggung jawab atas tugas administratif yang mendukung kelancaran operasional harian perusahaan, termasuk manajemen inventaris, koordinasi pengiriman, dan pemantauan proses operasional.

10. Admin Keuangan

Admin Keuangan di Tala House bertanggung jawab atas administrasi keuangan, termasuk pencatatan transaksi, manajemen data keuangan, dan pelaporan bulanan.

11. Admin HR

Bertanggung jawab atas administrasi dan koordinasi kegiatan sumber daya manusia, termasuk rekrutmen, pengembangan karyawan, manajemen kinerja, dan kebijakan karyawan.

12. Admin Pemasaran

Admin Pemasaran di Tala House bertanggung jawab atas administrasi dan dukungan operasional untuk semua kegiatan pemasaran, termasuk pengelolaan, analisis data pemasaran, koordinasi acara promosi, dan komunikasi dengan mitra pemasaran eksternal.

13. *Quality Control*

Bertanggung jawab untuk memastikan bahwa semua produk yang dihasilkan memenuhi standar kualitas yang ditetapkan perusahaan sebelum diserahkan kepada pelanggan.

14. *Pengadaan Barang*

Bertanggung jawab atas manajemen dan pengadaan bahan baku serta inventaris perusahaan untuk mendukung operasional produksi dan memastikan ketersediaan produk yang memadai.

15. *Trainer*

Trainer di Tala House bertanggung jawab untuk memberikan pelatihan dan pengembangan keterampilan kepada tim, memastikan bahwa setiap anggota tim memiliki kompetensi yang diperlukan untuk mendukung tujuan perusahaan dalam industri kreatif

16. *Content Creator*

Bertanggung jawab untuk menciptakan konten kreatif dan relevan yang mendukung strategi pemasaran perusahaan, baik untuk media sosial maupun platform digital lainnya.

17. *Staf Produksi*

Bertanggung jawab untuk melakukan berbagai proses pembuatan produk dengan keahlian yang sesuai dengan standar kualitas perusahaan.

18. *Staf Packing*

Bertanggung jawab untuk mengemas produk dengan rapi dan aman sebelum dikirim kepada pelanggan atau disiapkan untuk distribusi.

19. *Kurir*

Bertanggung jawab untuk mengantarkan produk-produk yang telah dikemas dengan aman kepada pelanggan atau titik distribusi sesuai dengan jadwal pengiriman yang ditentukan.

20. *Live Streaming*

Tanggung jawab dari bagian *live streaming* penjualan di Tala House meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi sesi live streaming untuk mempromosikan produk-produk unggulan secara langsung kepada audiens,

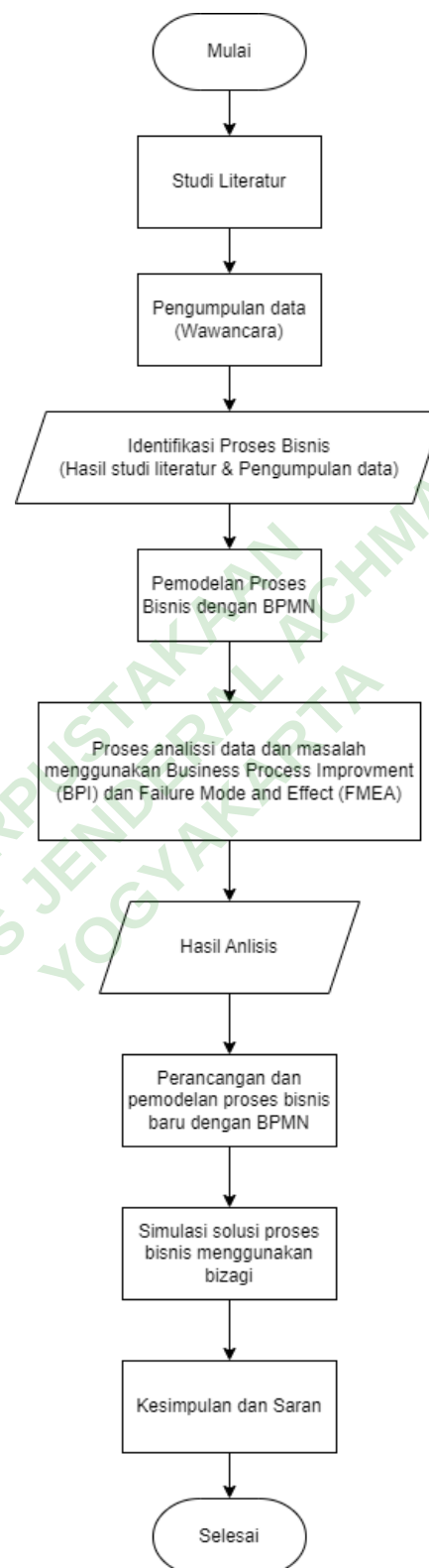
mengelola konten, mengatur jadwal siaran, berinteraksi dengan pelanggan secara langsung, dan menciptakan pengalaman yang menarik serta informatif untuk meningkatkan penjualan dan keterlibatan pelanggan.

3.5 JALAN PENELITIAN

Jalan penelitian ini terdiri dari penjelasan menyeluruh tentang semua proses yang diikuti selama tahap pengumpulan data atau proses penelitian, beserta model dan teknik yang digunakan untuk menganalisis hasil yang ditampilkan dalam gambar 3.2. Penelitian ini akan dilakukan di Kasihan, Bantul, Yogyakarta, dari bulan April hingga Juli 2024. Peneliti akan memeriksa dan meningkatkan proses bisnis saat ini dalam penelitian ini dengan menggunakan *teknik Failure Mode and Effects Analysis* (FMEA) dan *Business Process Improvement* (BPI).

Langkah awal dalam penelitian ini adalah mengidentifikasi dan mendokumentasikan proses bisnis yang saat ini berjalan di Tala House. Proses ini mencakup pengumpulan data melalui wawancara dengan pemilik usaha, admin, tim produksi, tim packing, dan karyawan (kurir), observasi langsung, dan peninjauan dokumen yang relevan. Data yang dikumpulkan meliputi setiap tahap dalam alur proses penjualan, mulai dari penerimaan pesanan hingga pengiriman produk kepada pelanggan. Selanjutnya, menggunakan metode BPI, kami akan menganalisis data yang telah diperoleh untuk menemukan area yang memerlukan perbaikan, mengidentifikasi hambatan dalam alur kerja, dan mencari peluang untuk meningkatkan efisiensi. Pada tahap ini, akan membuat model proses bisnis yang diinginkan (*to-be*) menggunakan alat seperti BPMN (*Business Process Model and Notation*). Untuk memvalidasi model *to-be* yang diusulkan, kami akan melakukan simulasi time analysis dengan menggunakan alat seperti Bizagi Modeler. Simulasi ini akan membantu memperkirakan durasi setiap langkah dalam proses yang diusulkan dan memungkinkan kami untuk membandingkannya dengan proses bisnis yang ada (*as-is*).

Berikut adalah penjelasan mengenai alur penelitian yang dapat dilihat pada gambar 3.2:



Gambar 3.2 Alur Penelitian

Dalam melaksanakan tahapan BPI tersebut terdapat alur penelitian yang dilakukan yaitu sebagai berikut :

1. Studi Literatur

Pada tahapan untuk mendapatkan pemahaman umum mengenai proses bisnis penjualan yang lebih baik, informasi dan referensi dikumpulkan dari buku, jurnal, dan artikel mengenai penelitian yang relevan selama tahap studi literatur.

2. Pengumpulan Data (Wawancara)

Proses pengumpulan data, perlu dilakukan observasi atau pengamatan langsung terhadap proses bisnis yang sedang berjalan, mengumpulkan dokumentasi terkait, dan merumuskan pertanyaan wawancara terkait penelitian.

3. Identifikasi Prosoo Bisnis

Tahap ini menyajikan temuan-temuan dari kajian literatur dan upaya pengumpulan data sebelumnya. Temuan-temuan ini selanjutnya akan dianalisis untuk mengidentifikasi masalah-masalah yang ada pada proses bisnis saat ini. Langkah pertama dari BPI yaitu *organizing for improvement*, menggabungkan temuan-temuan dari studi literatur dan pengumpulan data.

4. Pemodelan Proses Bisnis yang Sedang Berjalan dengan BPMN

Tahap selanjutnya adalah memodelkan alur proses bisnis penjualan yang sudah ada di Tala House dengan menggunakan BPMN. Pada tahap kedua dalam proses BPI adalah *understanding the process* yang melibatkan pemodelan proses bisnis penjualan di Tala House saat ini.

5. Analisis Data dan Masalah menggunakan *Business Process Improvement* (BPI)

Tahap *streamlining* dengan metode *Failure Mode and Effect Analysis* (FMEA) Kemudian masuk ke tahap BPI ketiga, yaitu *streamlining*, pada tahap analisis data dan masalah dengan menggunakan BPI dengan pendekatan FMEA. Pada tahap analisis data dan masalah, penulis memeriksa masalah-masalah yang ditemukan selama proses bisnis saat ini dimodelkan dengan pendekatan BPI dan FMEA untuk mendapatkan nilai RPN tertinggi dari ketiga parameter FMEA seperti *Severity*, *Occurrence*, dan *Detection*.

6. Hasil Analisis

Tahap analisis akan menyajikan data dari analisis menggunakan BPI dan FMEA adalah bagian dari tahap hasil analisis. Data ini akan digunakan dalam pemodelan BPMN.

7. Perancangan dan Pemodelan Proses Bisnis Baru dengan BPMN

Tahap ini meliputi pembuatan alur proses bisnis dengan menggunakan BPMN, seperti yang disarankan oleh penulis, dan dilakukan dengan mengoptimalkan proses bisnis berdasarkan hasil analisis. Tahap BPI keempat yaitu *Measurements and controls*, merancang dan memodelkan proses bisnis baru dengan BPMN.

8. Simulasi Solusi Proses Bisnis dengan Bizagi Modeler

Pada tahap ini, solusi proses bisnis yang baru dan proses bisnis yang sedang berjalan saat ini akan dibandingkan dengan menggunakan alat bantu Bizagi Modeler. Hasil perbandingan akan menunjukkan berapa banyak waktu yang dapat dihemat dengan menerapkan solusi proses bisnis baru dari peneliti.

9. Kesimpulan dan Saran

Pada tahap terakhir yaitu kesimpulan akan diambil setelah proses bisnis yang dibahas pada tahap sebelumnya, setelah dianalisis dan dievaluasi. Selain itu, saran-saran untuk meningkatkan proses bisnis penjualan di Tala House akan diberikan.

Berikut adalah penjelasan tahapan metode BPI yang dilakukan dalam proses analisis penjualan melalui WhatsApp, diantaranya:

1. Melakukan Identifikasi Penjualan Melalui WhatsApp dilakukan dengan menentukan masalah dan melakukan analisis dari setiap langkah dalam penjualan, termasuk interaksi dengan pelanggan, waktu respons, dan proses pemesanan.
2. Melakukan pemetaan proses bisnis menggunakan BPMN dengan memodelkan gambaran pada proses bisnis yang sedang berjalan untuk mendapatkan visualisasi yang jelas tentang alur penjualan melalui WhatsApp.

3. Melakukan identifikasi data risiko atau kegagalan menggunakan FMEA, pada tahapan ini dilakukan identifikasi seluruh potensi yang ada pada proses bisnis penjualan untuk meminimalisir adanya kegagalan di masa depan. Selain kegagalan. Selain itu, pada tahap ini juga dilakukan identifikasi masalah dalam proses bisnis seperti kekurangan maupun kesalahan yang memungkinkan untuk terjadi.
4. Melakukan uji atau penilaian dampak dari kegagalan yang telah diidentifikasi, penilaian risiko dari dampak tersebut yang kemudian akan dilakukan evaluasi atau perbaikan.
5. Melakukan evaluasi berdasarkan tingkatan risiko kegagalan yang ada untuk memastikan bahwa proses bisnis penjualan yang telah diperbaiki tidak berisiko memunculkan kegagalan kembali dan siap untuk diimplementasikan.
6. Melakukan pemodelan dari tahapan yang telah dievaluasi menggunakan BPMN yang kemudian hasil dari pemodelan tersebut akan ditawarkan sebagai solusi dari permasalahan proses bisnis penjualan yang ada.