

BAB V

PENUTUP

Pada bab ini akan dipaparkan mengenai kesimpulan dan hasil penelitian yang sudah dilakukan. Dalam bab ini juga akan memaparkan implikasi manajerial, keterbatasan penelitian, serta saran.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dari hasil perhitungan menggunakan metode AHP (*Analytical Hierarchy Process*) dapat disimpulkan bahwa :

1. Kinerja rantai pasokan pada OmahOblong Corp secara keseluruhan dikategorikan “Baik” dengan nilai performa sebesar 85.56.
2. *Plan*, merupakan proses pada level 1 dimana proses ini merupakan proses untuk menyeimbangkan permintaan dan pasokan untuk menentukan tindakan terbaik dalam memenuhi kebutuhan pengadaan, produksi dan pengiriman. Nilai kinerja pada proses *plan* sebesar 78.24 dapat dikategorikan bahwa kinerja rantai pasokan pada proses *plan* “baik”. Peningkatan kinerja rantai pasokan dapat dilakukan pada aspek *Reliability*, terutama pada peningkatan pertemuan dengan konsumen. Frekuensi pertemuan dengan konsumen yang belum dapat memenuhi target pada OmahOblong Corp terjadi karena ada periode tertentu dimana OmahOblong benar-benar mengalami sepi pengunjung karena arus masa liburan yang tidak dapat di prediksi di Yogyakarta. Peningkatan kinerja rantai pasokan juga dapat dilakukan pada aspek *Agility* yang berkaitan dengan pengembangan produk. Hal ini perlu diperhatikan karena tingkat persaingan industri oleh-oleh khususnya di Yogyakarta tiap tahunnya pasti meningkat dan para pelaku industri berusaha untuk memberikan sesuatu yang menarik untuk produknya. Dengan membuat atau menciptakan produk baru yang lebih unik pada produk t-shirt OmahOblong dapat unggul dipasaran dan dari proses marketing OmahOblong Corp yang harus semakin ditingkatkan agar semakin banyak konsumen dalam Yogya yang mengenal showroom OmahOblong Corp sehingga target penjualan yang direncanakan tiap bulannya dapat tercapai.

3. *Source*, Yaitu proses pengadaan barang atau jasa untuk memenuhi permintaan, dalam proses ini mencakup penjadwalan pengiriman dari supplier, menerima, mengecek, dan memberikan pembayaran barang yang telah dikirim supplier, memilih supplier, mengevaluasi supplier, dan sebagainya. Nilai kinerja pada proses *source* sebesar 79.75 dapat dikategorikan bahwa kinerja rantai pasokan pada proses *source* “baik”. Peningkatan kinerja rantai pasokan pada proses *source* dapat dilakukan pada aspek *Reliability* yang berkaitan dengan Maintenance supplier yang sudah ada, karena peran supplier dalam proses produksi t-shirt OmahOblong sangat berpengaruh. Maintenance supplier pada omah oblong corp dapat dilakukan dengan menyeleksi kehandalan supplier dalam menyediakan bahan baku sehingga dapat diperoleh supplier yang mampu memenuhi bahan baku dengan tepat dan diwaktu yang tepat, serta menjalin hubungan *partnership* dengan supplier merupakan salah satu upaya untuk peningkatan kinerja pada proses *source* sehingga terbangun hubungan jangka panjang dengan supplier yang handal dan perusahaan lebih bisa *competitive* dibandingkan pesaingnya.

4. *Make*, yaitu proses untuk merubah bahan baku menjadi produk jadi yang diinginkan oleh pelanggan. Proses yang terlibat disini biasanya adalah proses penjadwalan produksi, kegiatan produksi, dan sebagainya. Nilai kinerja pada proses *Make* sebesar 93.96 dapat dikategorikan bahwa kinerja rantai pasokan pada proses *make* “sangat baik”. Peningkatan kinerja rantai pasokan yang perlu ditingkatkan adalah pada aspek *Reliability* yang berkaitan dengan kesalahan yang terjadi pada proses produksi. Untuk peningkatan proses *make* dapat melakukan penerapan six sigma dalam proses produksi sehingga kesalahan dalam proses produksi dapat diminimalisir secara signifikan sehingga kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan oleh OmahOblong Corp dapat semakin meningkat.

5. *Deliver*, merupakan proses untuk memenuhi permintaan terhadap barang maupun jasa. Meliputi kegiatan distribusi produk, proses yang terlibat di dalamnya antara lain adalah menangani pesanan dari pelanggan, memilih perusahaan jasa pengiriman, dan sebagainya. Nilai kinerja pada aspek *Deliver*

sebesar 100 dapat dikategorikan “sangat baik”. Upaya peningkatan kinerja rantai pasokan yang harus dilakukan adalah mempertahankan ketepatan pengiriman, tapi sebenarnya pengiriman ini tidak terlalu mempengaruhi dan jarang terjadi di OmahOblong, karena biasanya konsumen yang langsung datang untuk membeli produk yang diinginkan.

6. *Return*, yaitu proses pengembalian produk yang terjadi karena berbagai alasan dari konsumen, kegiatan yang terlibat antara lain identifikasi kondisi produk, meminta otoritas pengembalian dan melakukan pengembalian. Nilai kinerja pada aspek *Return* sebesar 100, kinerja rantai pasokan pada aspek *return* ini dapat dikategorikan “sangat baik” karena proses pengembalian dari produk biasanya dapat dilakukan pada hari yang sama.

5.2 Implikasi Manajerial

Di era globalisasi saat ini penilaian terhadap kinerja rantai pasok atau yang biasa kita kenal dengan *supply chain* sudah mulai diterapkan di banyak perusahaan karena dengan mengukur kinerja rantai pasok pada perusahaan secara tidak langsung kita dapat melihat bagaimana performa dari perusahaan dan menilai performa yang terjadi di perusahaan hamper secara keseluruhan.

Penelitian ini membahas mengenai kinerja rantai pasokan pada perusahaan perseorangan yaitu OmahOblong Corp dengan menggunakan metode *Supply Chain Operation Reference* (SCOR) dan menggunakan beberapa dimensi yang ada di dalam SCOR yaitu dimensi *Plan, Source, Make, Deliver, dan Return*. Suatu usaha dikatakan kinerja rantai pasokannya baik apabila nilai dari dimensi SCOR secara keseluruhan diatas 50. Dengan adanya standarisasi dari kinerja rantai pasokan yang ditetapkan oleh SCC maka perusahaan saat ini berusaha untuk mencari cara untuk membenahi kinerja rantai pasokan yang ada di dalam perusahaannya.

Dalam penelitian ini, ditemukan hasil bahwa kineja rantai pasokan dari OmahOblong Corp dalam dimensi SCOR secara keseluruhan sudah baik karena memiliki rating nilai diatas 50, tetapi masih ada beberapa yang harus di perbaiki seperti pada dimensi *Plan* yang lebih tepatnya harus ada pembenahan dalam aspek *Reliability* dan *Agility*. Lalu pada aspek *Source* dan *Make* yang sama-sama harus ada peningkatan perbaikan pada aspek *Reliability* sehingga kinerja perusahaan OmahOblong Corp dapat semakin baik kedepannya.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini penulis memiliki beberapa keterbatasan yaitu sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada satu perusahaan saja, sehingga hasil dari penelitian ini tidak dapat dikatakan berlaku secara umum, karena aspek-aspek pada dimensi SCOR tergantung pada kondisi perusahaan dan validasi dari pihak perusahaan.

2. Pihak OmahOblong Corp tidak mengizinkan penulis untuk memperoleh data-data secara langsung, sehingga penulis hanya dapat memperoleh data melalui wawancara saja. Hal ini berkaitan dengan kebijakan dari perusahaan OmahOblong Corp sendiri.

5.4 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis memberikan saran :

1. Bagi Perusahaan OmahOblong Corp

Frekuensi pertemuan dengan pelanggan dapat ditingkatkan dengan semakin gencarnya promosi yang dapat dilakukan oleh pihak bagian marketing. Upaya yang mungkin dapat dilakukan dengan lebih aktif lagi mengupdate setiap produk yang diproduksi di situs yang sudah dibuat dan bisa memasang atau menawarkan produk-produknya melalui media social ataupun e-commerce yang sudah banyak berkembang di Indonesia, sehingga semakin banyak konsumen yang mengetahui produk dari OmahOblong Corp dan dapat menjadikan OmahOblong Corp menjadi salah satu destinasi liburan beredukasi ketika musim liburan tiba. Dengan melakukan upaya-upaya tersebut kemungkinan dapat meningkatkan frekuensi pertemuan dengan pelanggan serta target penjualan.

Maintenance supplier juga dapat ditingkatkan dengan cara lebih selektif dalam pemilihan supplier, sehingga diperoleh supplier yang lebih handal lagi dan pemenuhan bahan baku untuk proses produksi dapat terpenuhi pada jumlah yang tepat serta waktu yang tepat, dan meningkatkan hubungan *partnership* jangka panjang juga dapat membantu dalam peningkatan kualitas kinerja rantai pasokan yang baik dalam perusahaan OmahOblong Corp.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan model penelitian ini dengan menambahkan aspek lain seperti aspek keuangan untuk setiap proses yang ada pada SCOR sehingga dapat memberikan gambaran kinerja rantai pasok secara utuh dalam perusahaan. Selain itu penulis juga menyarankan

penelitian selanjutnya untuk dapat menambahkan aspek *fleksibility* agar pada proses SCOR pengukuran kinerjanya dapat menjadi lebih detail.



DAFTAR PUSTAKA

- Göçer, A., Yumurtacı, I. Ö., Yurt, Ö., & Baltacıoğlu, T. (2015). A New Framework For Supply Chain Risk Management Through Supply Chain Management Capability. *Yonetim bilimleri Dergisi Cilt 13, Say 1*: 26, 151-174.
- Gopal, P., & Thakkar, J. (2012). A review on supply chain performance measurement and metrics: 2000-2011. *International Journal of Productivity and Performance Measurement Vol. 61 No. 5*, 518-547.
- Hartati, M., & Efendi, D. (2016). Analisis Pengukuran Kinerja Aliran Supply Chain di PT. Asia Forestama Raya Dengan Metode Supply Chain Operation Reference (SCOR). *Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi, UIN Sultas Syarif Kasim Riau*.
- Kocaoğlu, B., Gülsün, B., & Tanyaş, M. (2013). A SCOR based approach for measuring a benchmarkable supply. *J Intell Manuf Vol. 24*, 113-132.
- Lu, Q., Goh, M., & Souza, R. D. (2016). A SCOR framework to measure logistic performance of humanitarian organization. *Journal of Humanitarian Logistics and Supply Chain Management Vol. 6 No.2*, 222-239.
- Maulidiya, N. S., Setyanto, N. W., & Yuniarti, R. (2017). Pengukuran Kinerja Supply Chain Berdasarkan Proses Inti Pada Supply Chain Operation Reference (SCOR) Studi Kasus Pada PT. Arthawenasakti Gemilang Malang.
- Medini, K., & Bourey, J. (2012). SCOR Based Enterprise Architecture Methodology. *International Journal Of Computer Integrated Manufacturing*, 594-607.
- Permana, A. D. (2018). Pengukuran Kinerja Supply Chain Dengan Menggunakan Metode Supply Chain Operation Reference (SCOR) Pada PT. Sumber Inti Pangan. *Teknik Industri, Fakultas Teknik Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta*.
- Purnomo, A. (2015). Analisis Kinerja Rantai Pasok Menggunakan Metode Supply Chain Operation Reference (SCOR) di Industri Tekstil dan Produk Tekstil Sektor Industri Hilir (Studi kasus pada perusahaan garmen PT Alas Indah Remaja Bogor). *Teknik Industri, Fakultas Teknik Industri Universitas Pasundan*.

- Rotaru, K., Wilkin, C., & Ceglowski, A. (2014). Analysis of SCOR's approach to supply chain management risk. *International Journal of Operations & Production Management Vol.34 No. 10*, 1246-1268.
- Sangari, M. S., Hosnavi, r., & Zahedi, M. R. (2015). The Impact Of Knowledge Management Processes On Supply Chain Performance. *The International Journal Of Logistic Management Vol. 26 No. 3*, 603-626.
- Talib, M. S., Hamid, A. B., & Zulfakar, M. H. (2004). Linking SCOR Planning Practice to Supply Chain Performance and Exploratory Study. *International Journal Of Operation & Production Management Vol. 24 No. 12*, 1192-1218.
- Thakkar, J., Kanda, A., & Deshmukh, S. (2009). Supply chain performance measurement framework for small and medium enterprises. *Benchmarking: An International Journal Vol. 16 No. 5*, 1463-5771.
- Wahyuniardi, R., Syarwani, M., & Anggani, R. (2017). Pengukuran Kinerja Supply Chain Dengan Pendekatan Supply Chain Operation References (SCOR). *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*.

LAMPIRAN

Lampiran 1

Lampiran wawancara identifikasi indikator kinerja

P (Penanya) : Menurut bapak kegiatan apa saja yang menjadi indikator kinerja perusahaan dalam proses perencanaan awal?

N (Narasumber) : Untuk proses tahap awal bagaimana kita bisa memperkenalkan produk ini ke masyarakat, lalu merencanakan design yang berbeda dengan produk-produk yang sudah ada dipasaran saat ini sehingga dapat membuat produk yang kita tawarkan memiliki penilaian tersendiri dimata masyarakat, selanjutnya melakukan perencanaan terhadap supplier untuk pemenuhan bahan baku serta membuat penjadwalan produksi.

P (Penanya) : Apakah penentuan target penjualan juga termasuk ke dalam proses perencanaan awal?

N (Narasumber) : Penentuan target penjualan itu tentu ada, tapi karena saat awal-awal berdiri kita sadar bahwa kita belum terlalu dikenal masyarakat jadinya target penjualannya tidak terlalu kita buat tinggi-tinggi untuk di perencana awal. Tapi biasanya kita ada target pencapaian misalkan per-minggu berapa, per-hari minimal yang terjual berapa sehingga itu dapat kita jadikan acuan untuk pencapaian target penjualan selajutnya.

P (Penanya) : Menurut bapak apa kegiatan dalam perusahaan ini yang dapat menjadi indikator kinerja perusahaan pada proses pemesanan bahan baku?

N (Narasumber) : Untuk proses pemesanan bahan baku pasti kita akan melihat kinerja dan mereview supplier yang akan menjadi partner kita maupun yang sudah menjadi partner kita, melihat ketersediaan bahan baku harian atau bulanan, dan kita juga harus melihat aliran keuangan kita juga dalam proses ini, karena jika aliran cash-flow kita tidak lancar maka untuk proses-proses selanjutnya pasti akan terhambat.

P (Penanya) : Untuk mereview kinerja dari supplier, apa saja hal yang perlu dinilai menurut bapak?

N (Narasumber) : yang dinilai dari supplier menurut saya ketepatan supplier dalam pemenuhan bahan baku, biaya order ke supplier dan waktu tunggu untuk memesan ke supplier.

P (Penanya) : Untuk proses produksi sendiri menurut bapak, kegiatan apa saja yang dapat menjadi indikator kinerja perusahaan selama terjadinya proses produksi?

N (Narasumber) : Dalam proses produksi kita terlebih dahulu menentukan design karena disini kita menerapkan filosofi “In Art We Trust” karena kita membuat design yang kita punya kental dengan iconic jogja dan berbeda dengan design-design yang sudah ada diluar sana, lalu proses paintingnya, pemotongan kain proses-proses seperti itu harus di perhatikan, lalu masa pakai mesin juga kita harus perhatikan, waktu untuk memproduksi dan proses penyimpanan.

P (Penanya) : Apakah biaya produksi juga dapat kita masukkan ke dalam proses produksi pak?

N (Narasumber) : Tentu biaya produksi kita masukkan ke proses produksi nah biasanya kita gabungkan dengan biaya pembelian bahan baku.

P (Penanya) : Ketika proses pengiriman barang ke konsumen, indikator apa saja yang perlu diperhatikan pak?

N (Narasumber) : Untuk proses pengiriman kita tidak ada mbak karena ini kita punya pabrik sendiri, punya gerai sendiri jadi kita tidak mendistribusikan produk kita ke toko-toko yang ada di Jogja. Biasanya konsumen yang datang ke kita langsung, walaupun ada yang memesan dari luar kota, kita pasti mengirimkan melalui jasa ekspedisi yang tersedia sih mbak.

P (Penanya) : Untuk proses terakhir yaitu proses pengembalian, menurut bapak apa saja kegiatan yang dapat menjadi indikator kinerja pada proses ini?

N (Narasumber) : Untuk proses pengembalian produk biasanya kita jarang terjadi mbak, walaupun ada biasanya konsumen salah ambil size, kalau itu terjadi yang kita menerima pengembalian dalam bentuk penukaran size dengan ketentuan kondisi produk masih bagus dan masih ada lebelnya.



Lampiran 2

Lampiran wawancara validasi indikator kinerja

P (Penanya) : Dari beberapa indikator yang sudah saya tanyakan sebelumnya, menurut bapak dari proses plan indikator kinerja mana saja yang dapat digunakan?

N (Narasumber) : indikator kinerja yang dapat digunakan itu seperti pertemuan dengan konsumen, pertemuan dengan supplier, perencanaan dan spesifikasi produk, dan target penjualan.

P (Penanya) : Untuk proses selanjutnya yaitu proses source, indikator kinerja apa saja yang dapat digunakan?

N (Narasumber) : Untuk indikator pada proses source menurut saya waktu pengiriman bahan baku, masa penyimpanan bahan baku, ini dapat menjadi indikator dalam proses source.

P (Penanya) : Selanjutnya dalam proses make, menurut bapak indikator kinerja apa saja yang dapat digunakan?

N (Narasumber) : Indikator kinerja pada proses make menurut saya kesalahan dalam proses produksin yang harus diperhatikan, waktu pembuatan produk, dan kesesuaian target produksi.

P (Penanya) : Untuk proses deliver, apasaja indikator kinerja yang dapat digunakan?

N (Narasumber) : Seperti yang sudah saya jelaskan di wawancara bagian pertama tadi mbak, kita tidak ada delivery produk ke konsumen yang ada di Jogja seperti di took-toko yang ada di kawasan Malioboro, jadi biasanya konsumen yang datang ke store dan pabrik kita. Walaupun ada konsumen dari luar kota yang memesan kita akan menggunakan jasa ekspedisi yang tersedia dan untuk waktu pengiriman dan lamanya pengiriman mengikuti ketepatan waktu dari ekspedisinya sendiri.

P (Penanya) : Untuk proses terakhir yaitu proses return, indikator kegiatan apa saja yang dapat dipergunakan?

N (Narasumber) : Indikator yang digunakan adalah jumlah complain dari konsumen dan waktu pergantian produk, tapi kita tidak terlalu terpengaruh dengan return karena biasanya konsumen mengalami kesalahan pada sizenya saja dan itu dapat ditukarkan pada hari yang sama juga karena size yang kita sediakan selalu lengkap.

P (Penanya) : Apakah ada indikator lain yang menurut bapak dapat menjadi bagian dari indikator kinerja? Misalnya seperti indikator biaya? Dan apakah indikator biaya dapat dipergunakan sepenuhnya?

N (Narasumber) : Indikator biaya itu penting menurut saya karena ya seperti yang saya kataakan tadi jika biaya tidak lancer maka kinerja dalam proses produksipun dapat terhambat, tapi ada biaya-biaya yang tidak dapat saya sebutkan disini dan tidak dapat juga menjadi indikator sepenuhnya karena harus melewati persetujuan dari owner.

P (Penanya) : Dalam pengolahan data nanti saya akan menggunakan nilai minimum dan maksimum untuk tiap indikator yang terpilih, indikator mana saja yang dapat saya peroleh nilai maksimum dan minimumnya pak? nilai minimum dan maksimum disini akan saya gunakan untuk mengolah data sehingga satuannya dapat menjadi sama.

N (Narasumber) : Untuk itu kamu tanyakan ke bapak Sukendar, tapi ada beberapa data yang mungkin tidak dapat kami berikan, tapi jika kamu tanyakan mungkin dapat kami jawab saja, karena data-data yang mungkin kamu minta dapat menjadi salah satu data rahasia perusahaan.

Lampiran 3

Data tiap KPI

Key performance indikator	Jul	Agust	Sept	Okt	Nov	Des	Rata-rata
Frekuensi pertemuan dengan konsumen	150 kali/bulan	150 kali/bulan	150 kali/bulan	150 kali/bulan	450 kali/bulan	450 kali/bulan	250 kali/bulan
Frekuensi pertemuan dengan supplier	1 kali/bulan	1 kali/bulan	1 kali/bulan	1 kali/bulan	1 kali/bulan	1 kali/bulan	1 kali/bulan
Kesalahan penjadwalan produksi	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Pengembangan produk	1 kali/bulan	1 kali/bulan	2 kali/bulan	2 kali/bulan	2 kali/bulan	2 kali/bulan	2 kali/bulan
Penetapan standard dan spesifikasi produk	1 kali/bulan	1 kali/bulan	2 kali/bulan	2 kali/bulan	2 kali/bulan	2 kali/bulan	2 kali/bulan
Target penjualan	Rp. 1.86 M	Rp. 1.86 M	Rp.1.86 M	Rp. 90 jt	Rp. 2.01 M	Rp. 2.01 M	Rp. 2.01 M
Keterlambatan pengiriman bahan baku	0	0	0	0	0	0	0
Lead time pengiriman bahan baku	7 hari	7 hari	7 hari	7 hari	7 hari	7 hari	7 hari
Maintenance supplier yang sudah ada	0	0	1	1	1	1	1 kali
Review performa supplier yang sudah ada	0	0	1	1	1	1	1 kali
Penambahan supplier	0	0	0	0	0	0	0
Kesalahan pada proses produksi	0	0	0	0	0	0	0
Waktu pembuatan produk	1 hari	1 hari	1 hari	1 hari	2 hari	2 hari	1 hari
Kesesuaian target produksi	100%	98%	98%	98%	98 %	100%	98%
Ketepatan pengiriman ke konsumen	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Waktu pemenuhan produk urgent	0	0	0	0	0	0	0
Komplain konsumen	0 kali	0 kali	1 kali	0 kali	1 kali	2 kali	1 kali
Waktu penggantian produk	1 hari	1 hari	1 hari	1 hari	1 hari	1 hari	1 hari

Lampiran 4

KUESIONER PENGUKURAN KINERJA RANTAI PASOK MENGGUNAKAN
METODE SCOR

OMAH OBLONG CORP

PETUNJUK PENGISIAN KUISIONER:

Berilah tanda cek list (√) pada pilihan yang tersedia untuk pilihan jawaban Anda. Setiap item dari kuisisioner ini memiliki lima jawaban dengan bobot nilai sebagai berikut:

Tabel Skala Kepentingan

Tingkat kepentingan	Defenisi
1	Kedua elemen sama penting
3	Elemen yang satu sedikit lebih penting dibandingkan elemen lainnya
5	Elemen yang satu esensia atau sangat penting dibandingkan elemen lainnya
7	Elemen yang satu benar-benar lebih penting dibandingkan elemen lainnya
9	Elemen yang satu mutlak lebih penting dibandingkan elemen lainnya
2,4,6,8	Nilai tengah diantara dua penilaian berurutan

Performance Attribute	Defenisi
Plan	Proses perencanaan untuk menyeimbangkan persediaan dengan permintaan untuk menentukan tindakan terbaik dalam memenuhi kebutuhan pengadaan, produksi maupun pengiriman.
Source	Proses pengadaan barang maupun jasa untuk memenuhi permintaan.
Make	Proses untuk mengubah bahan baku atau komponen menjadi produk yang diinginkan oleh konsumen.
Deliver	Proses mengirimkan produk dengan tujuan untuk memenuhi permintaan terhadap barang ataupun jasa.
Return	Proses pengembalian atau menerima kemabali produk karena berbagai alasan dari konsumen.

KUESIONER PEMBOBOTAN LEVEL 1

KEY PERFORMANCE INDICATOR

KRITERIA 1	NILAI PERBANDINGAN																		KRITERIA 2
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
Plan																		Source	
Plan																		Make	
Plan																		Deliver	
Plan																		Return	
Source																		Make	
Source																		Delivery	
Source																		Return	
Make																		Delivery	
Make																		Return	
Deliver																		Return	

KUESIONER PEMBOBOTAN LEVEL 2

KEY PERFORMANCE INDICATOR

Reliability	Kemampuan untuk melakukan tugas sesuai dengan yang diharapkan
Responsiveness	Kecepatan performa dari suatu tugas
Agibility	Kemampuan untuk merespon perubahan eksternal dalam rangka tetap kompetitif di pasar.
Cost	Biaya yang dikeluarkan pada proses operasi
Asset Management	Kemampuan untuk meningkatkan efisiensi dari asset yang dimiliki. Antara lain ditunjukkan dengan tingkat persediaan barang yang rendah dan utilisasi kapasitas yang tinggi.

LEVEL 2 (PLAN)

PLAN																		
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
PR																		PA
PR																		PAS
PA																		PAS

LEVEL 2 (SOURCE)

SOURCE																		
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
SR																		SRE
SR																		SA
SRE																		SA

LEVEL 2 (DELIVER)

DELIVERY																		
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
DR																		DRE

LEVEL 2 (RETURN)

RETURN																		
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
RR																		RRE

KUESIONER PEMBOBOTAN LEVEL 3

Keterangan:

PR.1	Frekuensi pertemuan dengan konsumen
PR.2	Frekuensi pertemuan dengan supplier
PR.3	Kesalahan penjadwalan produksi
PA.1	Pengembangan produk untuk dikenalkan ke konsumen
PA.2	Penetapan standard dan spesifikasi produk
SA.1	Maintenance supplier yang sudah ada
SA.2	Mereview performa supplier yang sudah ada
SA.3	Penambahan supplier
MR.1	Kesalahan pada proses produksi
MR.2	Waktu pembuatan produk
MR.3	Kesesuaian target produksi

LEVEL 3 (PLAN)

PLAN																		
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
PR.1																		PR.2
PR.1																		PR.3
PR.2																		PR.3

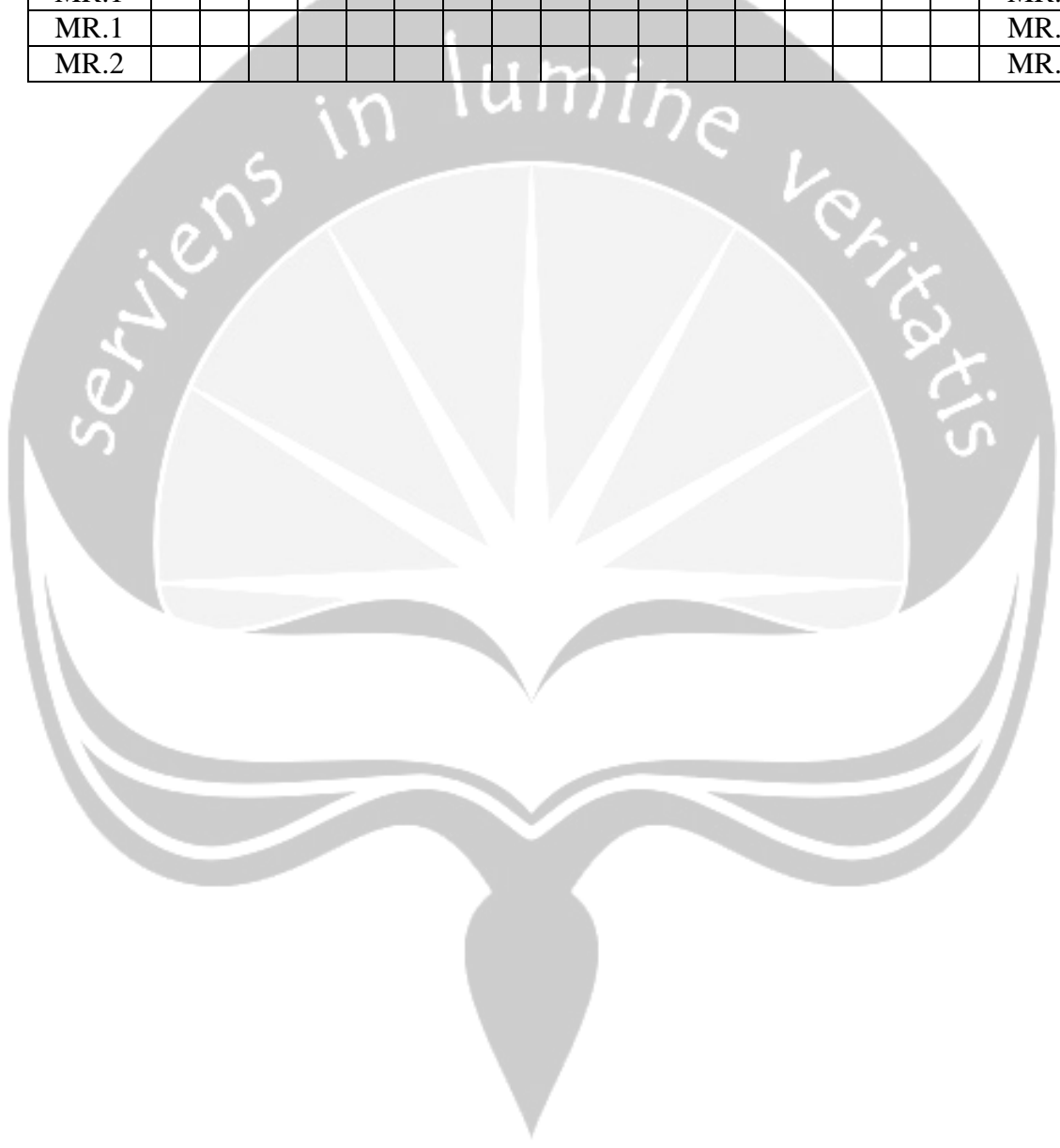
PLAN																		
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
PA.1																		PA.2

LEVEL 3 (SOURCE)

SOURCE																		
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
SA.1																		SA.2
SA.1																		SA.3
SA.2																		SA.3

LEVEL 3 (MAKE)

MAKE																		
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
MR.1																		MR.2
MR.1																		MR.3
MR.2																		MR.3



Lampiran 5

Perhitungan Normalisasi

$$\text{Skor PR.1} = \frac{250-100}{450-100} \times 100 = 42.86$$

$$\text{Skor PR.2} = \frac{1-0}{1-0} \times 100 = 100$$

$$\text{Skor PR.3} = \frac{1-0}{1-0} \times 100 = 100$$

$$\text{Skor PA.1} = \frac{2-1}{2-1} \times 100 = 100$$

$$\text{Skor PA.2} = \frac{2-1}{2-1} \times 100 = 100$$

$$\text{Skor PAS.1} = \frac{1.86-0.9}{2.01-0.9} \times 100 = 86.49$$

$$\text{Skor SR.1} = \frac{1-0}{1-0} \times 100 = 100$$

$$\text{Skor SRE.1} = \frac{8-7}{9-7} \times 100 = 50.00$$

$$\text{Skor SA.1} = \frac{1-0}{1-0} \times 100 = 100$$

$$\text{Skor SA.2} = \frac{1-0}{1-0} \times 100 = 100$$

$$\text{Skor SA.3} = \frac{1-0}{1-0} \times 100 = 100$$

$$\text{Skor MR.1} = \frac{1-0}{1-0} \times 100 = 100$$

$$\text{Skor MR.2} = \frac{2-1}{2-1} \times 100 = 100$$

$$\text{Skor MR.3} = \frac{98-95}{100-95} \times 100 = 60.00$$

$$\text{Skor DR.1} = \frac{1-0}{1-0} \times 100 = 100$$

$$\text{Skor DRE,1} = \frac{1-0}{1-0} \times 100 = 100$$

$$\text{Skor RR.1} = \frac{1-0}{1-0} \times 100 = 100$$

$$\text{Skor RRE.1} = \frac{1-0}{1-0} \times 100 = 100$$

Lampiran 6

Perhitungan performa tiap KPI

$$\text{Performa}_j = \text{Nilai}_{i1} \times \text{Bobot}_{i1} + \dots + \text{Nilai}_{in} \times \text{Bobot}_{in}$$

$$\text{Performa PR.1} = 42.86 \times 0.633 = 27.13$$

$$\text{Performa PR.2} = 100 \times 0.260 = 26.00$$

$$\text{Performa PR.3} = 100 \times 0.106 = 10.60$$

$$\text{Total Performa PR} = 27.13 + 26.00 + 10.60 = 63.73$$

$$\text{Performa PA.1} = 100 \times 0.750 = 75.00$$

$$\text{Performa PA.2} = 100 \times 0.250 = 25.00$$

$$\text{Total Performa PA} = 75.00 + 25.00 = 100$$

$$\text{Performa PAS.1} = 1 \times 86.49 = 86.49$$

$$\text{Performa SR.1} = 1 \times 100 = 100$$

$$\text{Performa SRE.1} = 1 \times 50.00 = 50$$

$$\text{Performa SA.1} = 100 \times 0.490 = 49.00$$

$$\text{Performa SA.2} = 100 \times 0.312 = 31.20$$

$$\text{Performa SA.3} = 100 \times 0.198 = 19.80$$

$$\text{Total Performa SA} = 49.00 + 31.20 + 19.80$$

$$\text{Performa MR.1} = 100 \times 0.472 = 47.20$$

$$\text{Performa MR.2} = 100 \times 0.377 = 37.70$$

$$\text{Performa MR.3} = 60.00 \times 0.151 = 9.06$$

$$\text{Total Performa MR} = 47.20 + 37.70 + 9.06 = 93.96$$

$$\text{Performa DR.1} = 100 \times 1 = 100$$

$$\text{Performa DRE.1} = 100 \times 1 = 100$$

$$\text{Performa RR.1} = 100 \times 1 = 100$$

$$\text{Performa RRE.1} = 100 \times 1 = 100$$

Lampiran 7

Lampiran perhitungan performa atribut performansi

Performa_j = Nilai_{i1} x Bobot_{i1} + .. + Nilai_{in} x Bobot_{in}

Performa Plan Reliability = $63.73 \times 0.539 = 34.35$

Performa Plan Responsiveness = $100 \times 0.297 = 29.70$

Performa Plan Agility = $86.49 \times 0.164 = 14.18$

Total Performa Plan = $34.35 + 29.70 + 14.18 = 78.23$

Performa Source Reliability = $100 \times 0.48 = 48.00$

Performa Source Responsiveness = $50 \times 0.405 = 20.25$

Performa Source Agility = $100 \times 0.155 = 11.50$

Total Performa Source = $48.00 + 20.25 + 11.50 = 79.75$

Performa Make Reliability = $93.96 \times 1 = 93.96$

Performa Deliver Reliability = $100 \times 0.8 = 80$

Performa Deliver Responsiveness = $100 \times 0.2 = 20$

Total Performa Delivery = $80 + 20 = 100$

Performa Return Reliability = $100 \times 0.8 = 80$

Performa Return Responsiveness = $100 \times 0.2 = 20$

Total Performa Return = $80 + 20 = 100$

Lampiran 8

Lampiran perhitungan performa proses inti

$$\text{Performa}_j = \text{Nilai}_{i1} \times \text{Bobot}_{i1} + \dots + \text{Nilai}_{in} \times \text{Bobot}_{in}$$

$$\text{Performa Plan} = 78.24 \times 0.288 = 22.53$$

$$\text{Performa Source} = 79.75 \times 0.260 = 20.74$$

$$\text{Performa Make} = 93.96 \times 0.171 = 16.07$$

$$\text{Performa Deliver} = 100 \times 0.117 = 11.70$$

$$\text{Performa Return} = 100 \times 0.163 = 16.30$$

$$\text{Total Performa} = 22.53 + 20.74 + 16.07 + 11.70 + 16.30 = 87.34$$

Lampiran 9



Gambar 1. Galeri showroom OmahOblong Corp



Gambar 2. Proses penyablonan T-shirt OmahOblong Corp



Gambar 3. Hasil proses penyablonan



Gambar 4. Pengecekan kualitas dan hasil penyablonan



Gambar 5. Proses penjahitan kain menjadi T-shirt