

## BAB 6

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Proses bisnis pada 2 Grams Coffee and Meals dibagi menjadi *front of the house*, kegiatan menyapa pelanggan, memilih dan memesan menu, dan membayar, lalu pada *back of the house* dilakukan proses produksi dari pesanan yang diterima, pelatihan dan penjadwalan pegawai, dan keterlibatan manajemen pada aktivitas proses. Dengan nilai perusahaan yang dimiliki, 2 Grams Coffee and Meals ingin memaksimalkan *total customer benefit* dengan harapan dapat memberikan kepuasan pada pelanggan dengan pelayanan cepat dan produk berkualitas yang ditawarkan. Maka dari itu, 2 Grams Coffee and Meals memiliki strategi proses yaitu *process focus* dengan memproduksi produk ketika terdapat pesanan, sehingga produk yang disajikan masih baru dan segar. Lalu, proses jasa yang dilakukan oleh adalah *service shop* dan *service factory* karena pelanggan yang melakukan pemesanan dapat meminta penyesuaian pada pesannya agar lebih mendekati keinginan pelanggan, walaupun tingkat penyesuaian yang dilakukan tidak tinggi.

Penelitian ini menggunakan desain eksperimen dengan melakukan *pretest* untuk melihat proses produksi Butter Rice dan Es Kopi Susu saat ini yang digambarkan dalam *process charts*. Dari hasil tersebut, produksi Butter Rice memiliki 80 aktivitas proses dengan waktu pengerjaan sebesar 477,14 detik. Lamanya waktu pengerjaan dikarenakan adanya pemborosan dalam proses produksi seperti, adanya pengulangan beberapa aktivitas proses, pergerakan yang

terlalu banyak untuk satu aktivitas proses. Sementara untuk proses produksi Es Kopi Susu memiliki 62 aktivitas proses dengan jumlah waktu pengerjaan sebesar 311,04 detik. Dari besarnya waktu pengerjaan tersebut, ditemukan pemborosan dalam proses produksi seperti adanya aktivitas menunggu, banyaknya pengulangan perpindahan alat dan/atau bahan, serta pergerakan yang terlalu banyak dalam satu aktivitas proses.

Proporsi *value adding process* pada proses produksi Butter Rice saat ini sebesar 58% dan masih lebih besar dibandingkan dengan *non-value adding process* yaitu sebesar 42%. Sementara dalam proses produksi Es Kopi Susu, proporsi *value adding process* lebih kecil dibandingkan *non-value adding process* yaitu sebesar 35% dan 65%.

Usulan proses produksi didapatkan dengan *posttest* yang didasarkan pada identifikasi pemborosan yang dilakukan dalam proses produksi Butter Rice dan Es Kopi Susu saat ini. Usulan juga diberikan untuk meningkatkan proporsi *value adding process* pada setiap proses produksi dengan mengeliminasi aktivitas yang tidak menambahkan nilai. Untuk usulan proses produksi Butter Rice dilakukan eksperimen laboratorium dengan memanipulasi urutan proses produksi yang didesain ulang. Penyederhanaan proses dengan menggabungkan aktivitas proses dan standarisasi proses produksi juga dilakukan dengan mengganti alat yang digunakan untuk menghilangkan pemborosan akan tetapi tidak semua pemborosan atau aktivitas yang tidak menambahkan nilai di eliminasi karena aktivitas mengambil dan menyimpan alat dan bahan tetap harus dilakukan karena akan digunakan untuk produksi. Dari hasil perbaikan proses produksi tersebut, jumlah

aktivitas proses berkurang menjadi 56 aktivitas proses dengan total waktu pengerjaan sebesar 281,25 detik. Lalu, *value adding process* pada proses produksi Butter Rice meningkat sebesar 8,5% menjadi 66,5%. Sementara itu, untuk *posttest* proses produksi dilakukan dengan eksperimen lapangan di 2 Grams Coffee and Meals. Proses produksi Es Kopi Susu juga didesain ulang dengan mengubah urutan proses, mengeliminasi *delay*, menyederhanakan proses, dan melakukan standarisasi pada alat yang digunakan. Eliminasi atau menghilangkan aktivitas yang dianggap pemborosan tidak dapat dilakukan pada seluruh aktivitas, karena adanya beberapa aktivitas tersebut yang harus tetap dilakukan seperti mengambil dan menyimpan alat dan bahan yang digunakan untuk proses produksi. Hasil dari mendesain ulang proses tersebut adalah jumlah aktivitas proses produksi Es Kopi Susu berkurang menjadi 44 aktivitas dengan mengeliminasi atau menggabungkan proses yang dianggap sebagai pemborosan sehingga total waktu pengerjaan pun menjadi 169,7 detik. Walaupun jumlah aktivitas dan waktu proses produksi turun, tetapi *value adding process* dalam produksi Es Kopi Susu hanya meningkat sebesar 4% sehingga proses produksi masih didominasi oleh *non-value adding process*.

## 6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan, berikut ini beberapa saran yang dapat dilakukan oleh 2 Grams Coffee and Meals :

1. Melakukan implementasi atas usulan perbaikan proses produksi. Dengan adanya proses produksi yang telah dibuat dalam bentuk *process charts* dapat menjadi standar operasi yang bisa dipakai oleh pegawai paruh waktu yang masih dalam pelatihan sehingga bisa lebih cepat

beradaptasi dengan pekerjaannya. Jika ada kekurangan dalam usulan proses produksi, maka dapat diubah dengan tetap mempertahankan kelebihanannya. Implementasi proses produksi juga dapat mengurangi waktu pelanggan menunggu pesanan sehingga pelayanan menjadi lebih cepat.

2. Membuat *Standard Operation Procedure* atau SOP untuk proses produksi menu lainnya. Hal ini dapat berguna bagi pihak 2 Grams Coffee and Meals untuk menetapkan waktu standar produksi produk makanan dan minuman, sehingga waktu pengerjaan tidak terlalu lama. Lalu, selain standarisasi proses juga diperlukan standarisasi alat yang digunakan dalam produksi agar pegawai tidak menggunakan alat diluar standard seharusnya. Standarisasi proses yang tertulis juga dapat membantu pelatihan pegawai baru agar bisa melakukan proses produksi sesuai standar operasi yang sudah ada. Selain itu, karena 2 Grams Coffee and Meals belum berbadan hukum dan memiliki tanggung jawab kepada pemangku kepentingan, maka harus dilakukan pemisahan kewenangan yang terdapat dalam SOP.
3. Untuk mengurangi aktivitas transportasi dalam proses produksi, ada baiknya jika pihak 2 Grams Coffee and Meals mempertimbangkan untuk melakukan perubahan denah area kerja atau letak tempat penyimpanan alat dan/atau bahan pada dapur dan bar. Di area dapur, disarankan untuk merubah letak lemari es menjadi di tempat *rice cooker* saat ini dan *freezer* juga bergeser mengikuti lemari es. Untuk letak *rice*

*cooker* dipindahkan menjadi dekat dispenser dan meja. Sementara itu, pada area bar disarankan agar rak tempat penyimpanan bahan – bahan dipindahkan ke dekat meja bar, sehingga bahan – bahan dapat dijangkau oleh tangan ketika proses produksi Es Kopi Susu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andrews, S. (2008). *Text Book of Food and Beverage Management*. New Delhi: Tata McGraw-Hill.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design : Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods 5th Edition*. Los Angeles: SAGE.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2017). *Operations Management 12th Edition*. Pearson Education Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing Management 15e*. Harlow: Pearson.
- Krajewski, L. J., Maholtra, M. K., & Ritzman, L. P. (2016). *Operations Management : Process and Supply Chains 11th Edition*. London: Pearson.
- Kumar, S. A., & N.Suresh. (2009). *Operations Management*. New Delhi: New Age International.
- Russell, R. S., & Taylor, B. W. (2014). *Operations and Supply Chains Management Eight Edition*. Singapore: Wailey.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business : A Skill-Building Approach Seventh Edition*. Chichester: Wiley.
- Slack, N., & Brandon-Jones, A. (2018). *Operations and Process Management : Principles and Practice for Strategic Impact Fifth Edition*. Harlow: Pearson.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suyitno. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif : Konsep, Prinsip, dan Operasionalnya*. Tulungagung: Akademia Pustaka.
- Swamidass, P. M. (2000). *Encyclopedia of Production and Manufacturing Management*. Massachusetts: Springer.
- TOFFIN. (2020). *Brewing In Indonesia: Insights for Successful Coffee Shop Business*. TOFFIN Indonesia.
- Walker, J. R. (2013). *The Restaurant : From Concept to Operation*. New Jersey: Wiley.

Walker, J. R. (2017). *Introduction to Hospitality*. Harlow: Pearson.

(2020). *World Coffee Consumption*. International Coffee Organization.