

## MANAJEMEN KINERJA OPERASIONAL DALAM PERSPEKTIF KEPUASAN KONSUMEN

Mufarohatul Ulviah<sup>1</sup>, Siska Yanti<sup>2</sup>, Nayla Nathania<sup>3</sup>, Muhammad Rizki Ashari<sup>4</sup>,  
Tatang Mahpudin<sup>5</sup>

[ulviahmufarohatul@gmail.com](mailto:ulviahmufarohatul@gmail.com)<sup>1</sup>, [siskay136@gmail.com](mailto:siskay136@gmail.com)<sup>2</sup>, [naylanathania868@gmail.com](mailto:naylanathania868@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[rizkiashari1407@gmail.com](mailto:rizkiashari1407@gmail.com)<sup>4</sup>, [tatangmandala@hotmail.com](mailto:tatangmandala@hotmail.com)<sup>5</sup>

Politeknik PGRI Banten

### Abstrak

Manajemen Kinerja Operasional (MKO) yang berfokus pada perspektif konsumen memegang peranan kunci dalam memastikan keberhasilan jangka panjang organisasi, terutama di tengah lanskap bisnis yang semakin kompetitif. Berikut beberapa poin penting terkait pentingnya pendekatan ini: (1) Fokus pada Kualitas yang Dirasakan: Perspektif konsumen menempatkan kualitas produk dan layanan sebagai pusat perhatian. Organisasi harus mampu memberikan pengalaman yang sesuai atau melampaui harapan pelanggan, sehingga meningkatkan loyalitas dan kepercayaan. (2) Kepuasan dan Nilai Konsumen sebagai Indikator Utama: Kepuasan pelanggan tidak hanya mencerminkan keberhasilan dalam memenuhi kebutuhan mereka, tetapi juga berdampak langsung terhadap retensi pelanggan dan pertumbuhan bisnis. Nilai yang dirasakan pelanggan membantu organisasi memahami apakah mereka memberikan manfaat yang diharapkan. (3) Diferensiasi Kompetitif: Dalam pasar yang amat kompetitif, kualitas layanan dan produk yang sesuai dengan harapan konsumen menjadi pembeda utama. Organisasi yang mampu menjaga konsistensi ini akan lebih unggul dalam mempertahankan pangsa pasar. (4) Perbaikan Berkelanjutan: Pendekatan ini mendorong organisasi untuk terus menerus melakukan evaluasi dan peningkatan berdasarkan feedback dari pelanggan, sehingga inovasi dan adaptasi bisa terus dilakukan sesuai dengan perubahan preferensi pasar. (5) Pengukuran Kinerja yang Relevan: Alih-alih hanya menggunakan indikator internal seperti efisiensi proses, organisasi mengintegrasikan indikator eksternal seperti kepuasan dan nilai pelanggan dalam sistem pengukuran kinerja mereka, sehingga pencapaian operasional lebih bermakna dan berorientasi hasil nyata. Dengan demikian, keberhasilan dalam memenuhi atau melampaui harapan konsumen menjadi bukan hanya tujuan, tetapi juga indikator utama keberhasilan kinerja operasional yang sejati. Pendekatan ini memastikan bahwa organisasi tidak hanya efisien secara internal, tetapi juga relevan dan kompetitif di mata pelanggan.

**Kata Kunci:** Manajemen Kinerja, Operasional, Kepuasan Konsumen.

### Abstract

*Operational Performance Management (OPM) that focuses on the customer perspective plays a key role in ensuring the long-term success of an organization, especially in an increasingly competitive business landscape. Here are some key points related to the importance of this approach: (1) Focus on Perceived Quality: The customer perspective places product and service quality at the center of attention. Organizations must be able to provide experiences that meet or exceed customer expectations, thereby increasing loyalty and trust. (2) Customer Satisfaction and Value as Key Indicators: Customer satisfaction not only reflects the success in meeting their needs but also has a direct impact on customer retention and business growth. Customer perceived value helps organizations understand whether they are delivering the expected benefits. (3) Competitive Differentiation: In a highly competitive market, service and product quality that meets consumer expectations is a key differentiator. Organizations that are able to maintain this consistency will be superior in maintaining market share. (4) Continuous Improvement: This approach encourages organizations to continuously evaluate and improve based on customer feedback, so that innovation and adaptation can continue to be carried out in accordance with changes in market preferences. (5) Relevant Performance Measurement: Instead of only using internal indicators such as process efficiency, organizations integrate external indicators such as customer satisfaction and*

*value into their performance measurement systems, so that operational achievements are more meaningful and oriented towards real results. Thus, success in meeting or exceeding consumer expectations becomes not only a goal, but also a key indicator of true operational performance success. This approach ensures that the organization is not only internally efficient, but also relevant and competitive in the eyes of customers.*

**Keywords:** *Performance Management, Operational, Customer Satisfaction.*

## **PENDAHULUAN**

Di tengah persaingan bisnis yang semakin sengit, keberhasilan sebuah organisasi itu ditentukan tidak hanya melalui efisiensi internal, tetapi juga melalui kemampuannya dalam memenuhi bahkan melampaui ekspektasi pelanggan. Manajemen kinerja operasional (MKO) memiliki peran krusial karena tidak sekadar menilai hasil kerja, melainkan juga mengatur strategi untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan perlu menerapkan sistem yang mendukung pengukuran dan peningkatan kinerja secara berkesinambungan (Suprobowati, 2023). Sistem informasi yang handal dapat menjadi alat penting dalam MKO, membantu organisasi mengoptimalkan proses dan meningkatkan hasil secara menyeluruh. Dengan demikian, penerapan teknologi informasi yang tepat dapat memperkuat proses pengambilan keputusan dan mendorong peningkatan kinerja organisasi secara keseluruhan.

Keberhasilan sistem informasi dalam manajemen kinerja operasional sangat bergantung pada integrasi data yang menyeluruh, kemampuan analitis yang kuat, dan penyediaan laporan yang relevan serta tepat waktu (Chen, 2023). Selain itu, organisasi perlu memastikan bahwa sistem informasi yang digunakan sejalan dengan tujuan bisnis dan didukung oleh sumber daya manusia yang terampil dan memiliki motivasi tinggi (Kim, 2022). Studi ini berupaya menemukan praktik terbaik dalam penerapan sistem informasi untuk manajemen kinerja operasional serta mengevaluasi dampak positifnya terhadap kinerja organisasi. Diharapkan bahwa temuan dari studi ini dapat memberikan arahan bagi perusahaan dalam memaksimalkan investasi mereka di bidang teknologi informasi dan meningkatkan kemampuan bersaing mereka di pasar internasional.

Kepuasan konsumen sangat penting bagi setiap jenis bisnis untuk meningkatkan volume penjualan. Para pelaku bisnis menyadari signifikansi dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan, karena semakin banyak pelanggan yang puas, perusahaan akan terus bertahan dan bisa menjaga keberlangsungan operasionalnya. Kepuasan konsumen adalah hasil yang muncul dari perasaan suka atau tidak suka dari konsumen saat menggunakan atau mengonsumsi produk. (Pratiwi, 2021). Konsumen yang merasakan kepuasan akan cenderung untuk melakukan pembelian kembali dalam jangka waktu yang panjang karena mutu produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha selalu mengalami peningkatan seiring berjalannya waktu dan terdapat komunikasi yang baik antara pemilik usaha atau karyawan dengan para konsumen. Kualitas barang memiliki dampak besar terhadap kepuasan pelanggan karena pengalaman yang mereka rasakan saat memakai atau mengonsumsi barang tersebut akan menentukan apakah mereka merasa senang atau kecewa. Jika pelanggan merasa puas atau menunjukkan indikasi kebahagiaan setelah menggunakan produk, mereka cenderung akan melakukan pembelian lagi. Emosi adalah reaksi pelanggan terhadap ketidaksesuaian atau kesesuaian antara harapan sebelumnya dan pengalaman setelah memperoleh produk. Apabila produk yang ditawarkan memiliki rasa yang melebihi ekspektasi, konsumen akan merasakan kebahagiaan; sebaliknya, jika rasa produk tidak sebagai tanggapan atas harapan bahwa Anda akan merasa kecewa. (Pratiwi, 2021).

Optimalisasi hasil perusahaan, baik yang berkaitan dengan operasi maupun performa pasar, menjadi aspek krusial bagi banyak pihak, terutama para investor. Keberhasilan sebuah perusahaan dalam mengelola aset yang dimiliki serta memperoleh laba menunjukkan adanya efektivitas dalam operasional. Kinerja yang tinggi pada perusahaan akan memicu reaksi positif dari investor (Amrie, 2021). Di sisi lain, ketidakmampuan sebuah perusahaan dalam mengelola aset dan menghasilkan keuntungan menjadi sinyal negatif bagi investor (Amrie, 2021). Situasi ini berpotensi mengurangi minat investor untuk menempatkan dananya di perusahaan tersebut. Sehubungan dengan hal ini, investor memerlukan data mengenai kinerja operasional dan performa pasar untuk dijadikan dasar dalam pengambilan Keputusan investasi. Oleh karena itu, penting untuk melakukannya, analisis mendalam mengenai kinerja operasional dan performa pasar.

Manajemen Kinerja merupakan proses komunikasi yang berkelanjutan antara karyawan dan atasan yang bertujuan untuk mencapai sasaran utama perusahaan. Keberadaan manajemen kinerja sangat penting dalam suatu organisasi karena berfungsi untuk menyatukan karyawan dengan sumber daya lain agar mencapai tujuan perusahaan secara optimal. (Ares, 2021)

Manajemen kinerja adalah metode krusial untuk memastikan keberhasilan suatu organisasi. (Suryani, 2021) menyatakan bahwa manajemen kinerja meliputi lebih dari sekadar penilaian hasil kerja, namun juga mencakup pengaturan strategi yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional.

Kepuasan pelanggan telah menjadi subjek banyak studi. Ini terjadi karena ada Hubungan antara konsep ini dan konsep perilaku pembeli lainnya seperti kepuasan, pelanggan dan loyalitas. Loyalitas (Ferrinadewi, 2005).

Persediaan yang dikelola secara efisien dapat mendukung perusahaan dalam memaksimalkan proses kerja, mengurangi pemborosan, dan memperbaiki respons terhadap permintaan pasar. Di sisi lain, persediaan yang tidak dikelola dengan baik dapat mengakibatkan ketidakefisienan, kenaikan biaya, serta gangguan dalam produksi dan distribusi. (Zahra A., 2025)

Meningkatkan kepuasan pelanggan melalui peningkatan nilai yang dirasakan oleh konsumen adalah tujuan utama setiap bisnis. Oleh sebab itu, sejalan dengan pemikiran Oliver di atas, perusahaan harus menyediakan barang yang berkualitas. Kualitas produk sangat krusial untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Karakteristik produk berfungsi sebagai alat bagi perusahaan untuk menciptakan nilai lebih bagi konsumen, sehingga penting bagi konsumen untuk merasakan atau mengalami terlebih dahulu fitur-fitur produk tersebut sebelum melakukan evaluasi.

Merek dan kemasan, yang merupakan bagian dari karakteristik produk, terbukti secara empiris memiliki dampak positif terhadap penilaian kualitas produk (Warlop et al, 2003). Dalam arena bisnis yang sangat bersaing, efisiensi pada operasi menjadi faktor penting untuk menjamin keberlangsungan dan daya saing perusahaan. Faktor kunci yang memainkan peran kunci dalam mencapai efisiensi ini yaitu pengelolaan persediaan. Persediaan yang dikelola secara efektif dapat membantu perusahaan dalam mengoptimalkan proses kerja, meminimalkan pemborosan, dan meningkatkan ketanggapan terhadap permintaan pasar. Sebaliknya, persediaan yang tidak terkelola dapat menimbulkan inefisiensi, peningkatan biaya, serta gangguan dalam produksi dan distribusi. Setiap perusahaan, terlepas dari sector perdagangan, manufaktur, atau layanan, selalu memerlukan persediaan sebagai bagian integral dari operasional bisnisnya. (Zahra, 2025)

Manajemen Kinerja Operasional. Manajemen Kinerja ialah proses komunikasi yang berkelanjutan antara pimpinan dan karyawan, yang bertujuan untuk memastikan pencapaian sasaran perusahaan secara maksimal. (suryani, 2021) mengungkapkan bahwa manajemen kinerja tidak hanya berfokus pada evaluasi hasil kerja, tetapi juga mencakup perencanaan strategi guna meningkatkan efisiensi serta efektivitas kegiatan operasional. Dalam hal ini, manajemen kinerja operasional menitikberatkan pada pengelolaan aktivitas operasional secara optimal untuk memperkuat daya saing perusahaan.

Kinerja operasional mencerminkan seberapa efektif suatu perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya untuk mencapai tujuannya (Amrie, 2021). Kinerja operasional yang baik cenderung menghasilkan keuntungan yang signifikan. Investor memerlukan informasi tentang kinerja operasional dan pasar sebagai indikator utama untuk menilai kesehatan dan potensi pertumbuhan perusahaan. Informasi ini membantu mereka membuat keputusan investasi yang lebih tepat dan mengelola risiko dengan baik. Berikut penjelasan lebih lengkapnya: (1) Kinerja Operasional sebagai Dasar Keyakinan. Kinerja operasional yang kuat dan konsisten menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengelola aset, mengendalikan biaya, dan menghasilkan laba. Hal ini meningkatkan kepercayaan investor bahwa perusahaan memiliki model bisnis yang berkelanjutan dan efisien. Data dan indikator terkait, seperti laba bersih, margin keuntungan, efisiensi biaya, dan *tortoar* per kegiatan utama, menjadi referensi utama bagi investor dalam menilai kinerja internal perusahaan. (2) Kinerja Pasar sebagai Indikator Sentimen dan Ekspektasi. Nilai saham dan kinerja pasar mencerminkan persepsi dan ekspektasi pasar terhadap masa depan perusahaan. Jika harga saham meningkat secara konsisten, ini menunjukkan bahwa investor optimis terhadap potensi pertumbuhan dan stabilitas perusahaan. Sebaliknya, penurunan harga saham bisa menjadi sinyal peringatan tentang risiko atau ketidakpastian yang dihadapi perusahaan. (3) Keterkaitan Kinerja Operasional dan Pasar. Keduanya saling terkait dan saling memperkuat. Kinerja operasional yang baik akan meningkatkan kepercayaan pasar dan menaikkan harga saham. Sebaliknya, perubahan signifikan di pasar, seperti penurunan harga saham, bisa mempengaruhi persepsi dan kepercayaan internasional terhadap perusahaan. (4) Peran Informasi Bagi Investor. Investor memerlukan laporan yang transparan dan akurat mengenai aspek keuangan dan operasional perusahaan. Informasi ini membantu mereka menilai apakah perusahaan mampu mempertahankan keunggulan kompetitif, meningkatkan nilai perusahaan, dan memberikan pengembalian investasi yang memuaskan. Keterbukaan informasi juga mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan likuiditas pasar saham.

Dalam konteks ini, informasi tentang kinerja operasional dan keadaan pasar sangat penting bagi investor karena: (a) Memberikan gambaran lengkap tentang kondisi internal dan persepsi eksternal perusahaan. (b) Membantu pengambilan keputusan investasi yang lebih rasional. (c) Menumbuhkan kepercayaan dan keberlanjutan hubungan antara perusahaan dan investor. dasar untuk analisis dalam pengambilan keputusan investasi. Karena itu, perlu dilakukan analisis lebih mendalam tentang kinerja operasional dan kinerja pasar. (Amrie, 2021) definisi manajemen kinerja merujuk pada suatu rangkaian aktivitas yang dilakukan oleh sekelompok individu untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan, di mana aktivitas ini dilakukan secara kontinu dan tanpa henti. Inti dari manajemen kinerja ialah membangun suasana di mana semua orang mampu memberikan performa terbaik mereka, sehingga dapat menghasilkan output dengan kualitas unggul secara efektif dan efisien. Sasaran dari manajemen kinerja dapat dikategorikan ke dalam tiga jenis, yaitu: Sasaran Strategis. Sasaran Administratif. (Ares,

2021)

Sistem Pengelolaan Kinerja (SPK) merupakan kerangka kerja yang penting untuk menjamin bahwa seluruh aktivitas organisasi selaras dengan tujuan strategis dan mampu meningkatkan efektivitas serta efisiensi sumber daya manusia. Penjabaran dari langkah-langkah dalam SPK yang Anda berikan cukup komprehensif dan menggambarkan dinamika serta kompleksitas proses pengelolaan kinerja. Berikut penjelasan masing-masing langkah secara lebih rinci: (1) Langkah Perencanaan Kinerja. Fokus utama: Menetapkan landasan yang kuat sebelum pelaksanaan. Kegiatan utama: Menentukan kriteria kinerja, target yang ingin dicapai, serta indikator kinerja utama (Key Performance Indicators/KPI). Tujuan: Membuat kontrak kinerja yang jelas dan konkret, sehingga seluruh anggota organisasi memahami apa yang diharapkan dan dapat diukur. Outputnya: Peta jalan yang mengarahkan aktivitas dan sumber daya menuju pencapaian tujuan organisasi. (2) Langkah Pelaksanaan Kinerja. Fokus utama: Implementasi rencana dan pengelolaan dinamika yang terjadi di lapangan. Kegiatan utama: Melaksanakan aktivitas sesuai rencana, namun harus tetap fleksibel terhadap perubahan lingkungan eksternal maupun internal. Mengatasi perubahan: Jika kondisi berubah secara signifikan, manajer harus cepat menyesuaikan rencana, merumuskan ulang strategi dan tujuan agar tetap relevan dan efektif. Tujuan: Memastikan bahwa kinerja tetap optimal dan relevan dengan kondisi nyata di lapangan. (3) Langkah Penilaian Kinerja. Fokus utama: Mengukur pencapaian terhadap target yang telah ditetapkan. Kegiatan utama: Melakukan pengukuran dan evaluasi secara sistematis, objektif, dan adil terhadap kinerja individu maupun tim. Tujuan: Mengetahui sejauh mana tujuan organisasi telah tercapai dan mengidentifikasi area yang perlu perbaikan. Manfaat: Memberikan umpan balik konstruktif untuk pengembangan sumber daya manusia dan pengambilan keputusan strategis. Signifikansi dari tahap-tahap ini: Siklus yang berkelanjutan: Ketiga langkah ini harus dilakukan secara berkelanjutan sebagai bagian dari proses manajemen kinerja yang dinamis. Keterpaduan: Masing-masing tahap saling terkait dan mendukung efektivitas satu sama lain. Peran manajemen: Memerlukan kepemimpinan yang kuat dan komunikasi yang efektif untuk memastikan seluruh proses berjalan lancar dan hasilnya dapat dipertanggungjawabkan.

Kepuasan Konsumen. Kepuasan konsumen adalah respons emosional, baik berupa kebahagiaan maupun kekecewaan, yang timbul setelah konsumen membandingkan ekspektasi mereka dengan performa nyata dari produk atau layanan yang diterima (warlop, 2023). Tingkat kepuasan ini sangat berkaitan erat dengan loyalitas pelanggan. Semakin banyak konsumen yang puas dengan produk mereka, semakin besar peluang mereka melakukan pembelian ulang serta merekomendasikannya kepada orang lain (zahra, 2025). Emosi memberikan dampak baik dan penting terhadap kepuasan pelanggan. Fenomena ini berarti perasaan pelanggan yang lebih positif, besar rasa nyaman, pikiran, dan jiwa mereka terhadap produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, setiap perusahaan diharapkan mampu menjaga kondisi emosional saat melayani pelanggan. Pada dasarnya, ini adalah tujuan utama upaya untuk menciptakan kepuasan di hati pelanggan agar tercapai kepuasan yang berimbas positif bagi perusahaan. (Pratiwi, 2021)

Stok yang efektif tidak hanya mencegah terjadinya kekurangan atau kelebihan barang, tetapi juga memainkan peran penting dalam menambah kinerja operasional secara keseluruhan. Melalui pengelolaan stok yang ideal, perusahaan mampu meningkatkan efisiensi tenaga kerja, mengurangi waktu tunggu di dalam rantai distribusi, serta mempercepat proses pemenuhan permintaan dari pelanggan. Operasional yang lebih produktif akan berkontribusi pada peningkatan daya saing

perusahaan dalam pasar serta mendukung pertumbuhan bisnis yang lebih berkelanjutan. (Zahra A., 2025)

Aspek perasaan yang terjalin antara bisnis dan pelanggan adalah menciptakan perasaan yang baik dalam membangun hubungan dengan pelanggan, karena perasaan ini mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian kembali sehingga pelanggan memberikan alasan yang jelas untuk merasa puas dan setia terhadap bisnis tersebut. Kepuasan atau ketidakpuasan timbul dari perbandingan antara hasil yang diterima dari suatu produk dengan ekspektasi yang telah ditentukan oleh konsumen. Hal ini menyebabkan konsumen dapat merasakan kebahagiaan terhadap produk tersebut atau sebaliknya, mengalami kekecewaan setelah mencoba produk itu. (Pratiwi, 2021)

Kualitas Produk dan Nilai yang Dirasakan. Kualitas suatu produk sangat berperan dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen. Harap dicatat bahwa nilai yang dirasakan konsumen dibentuk oleh produk yang ditawarkan memiliki mutu yang baik, mencakup aspek seperti fitur, merek, dan kemasan. Penelitian oleh (Warlop, 2003) menunjukkan bahwa elemen-elemen tersebut secara nyata berkontribusi positif terhadap persepsi konsumen mengenai kualitas suatu produk.

Diketahui bahwa kualitas barang memengaruhi kepuasan pelanggan, karena perusahaan memiliki kewajiban untuk memperbaiki mutu produk, sehingga pelanggan memberikan penilaian. (Pratiwi, 2021) Kualitas dari suatu produk dimanfaatkan untuk memotivasi individu yang fokus pada pencapaian tujuan dalam memperoleh kepuasan dari konsumen ketika sebuah perusahaan menyuguhkan produk kepada pelanggan yang diharapkan akan merasakan kepuasan saat menggunakan produk tersebut. Dalam studi ini, terungkap bahwa terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan dari konsumen. (Pratiwi, 2021)

Kualitas suatu barang sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena barang yang disediakan akan membuat pelanggan menunjukkan perasaan bahagia atau tidak puas setelah mereka menggunakan atau mengonsumsinya. Jika suatu barang dirasakan memuaskan atau ada perasaan bahagia setelah pemakaian atau konsumsi, mereka cenderung akan melakukan pembelian kembali. Secara tidak langsung, hal ini menciptakan keyakinan pada perusahaan bahwa mereka memiliki produk dengan standar kualitas yang tinggi. (Pratiwi, 2021)

Persediaan tidak hanya dilihat sebagai beban dan pemborosan, tetapi juga sebagai aset yang berharga. Ke depannya, memilih sistem persediaan yang sesuai akan membuat pengelolaan persediaan menjadi lebih cepat dan tepat. Persediaan memiliki peran yang krusial dalam mendukung kelancaran dan kemudahan operasional suatu bisnis. Selanjutnya, tujuan utama dari sistem manajemen persediaan adalah untuk menghemat waktu, menekan biaya, serta membantu dalam menciptakan promosi untuk bisnis. (Zahra A., 2025)

Efisiensi Operasional dan Pengelolaan Persediaan. Dalam iklim persaingan bisnis yang semakin kompetitif, efisiensi dalam operasional perusahaan menjadi faktor kunci untuk mendorong peningkatan kinerja. Salah satu pendekatan yang dapat dilakukan untuk mencapai efisiensi tersebut adalah melalui manajemen persediaan yang tepat. Menurut (Zahra, 2025), pengelolaan stok yang efisien dapat membantu memperlancar proses operasional, mengurangi pemborosan, serta meningkatkan responsivitas perusahaan terhadap perubahan permintaan pasar.

Dengan mengikuti program pelatihan keterampilan dalam manajemen operasional, individu mendapatkan wawasan dan kemampuan yang diperlukan untuk memperbaiki efisiensi serta produktivitas dalam menjalani aktivitas bisnis mereka. Mereka dapat mengelola sumber daya secara lebih efektif, menyempurnakan proses

operasional, menekan pengeluaran, meningkatkan mutu Kami menyediakan produk atau layanan untuk memberikan pengalaman yang lebih memuaskan bagi pelanggan kami (Hernawan Hanif, 2023) Pelatihan keterampilan manajemen operasional adalah jawaban yang tepat untuk menghadapi tantangan ini. Program pelatihan ini dibuat secara khusus untuk memberikan wawasan dan kemampuan yang dibutuhkan sehingga mereka bisa menjalankan operasional usaha mereka dengan cara yang lebih efisien dan produktif. (Hernawan Hanif, 2023)

Pelatihan keterampilan manajemen operasional ditujukan untuk meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan bisnis. Dalam sesi ini, pemilik usaha mikro, kecil, dan menengah mempelajari berbagai strategi serta praktik terbaik untuk mengatur berbagai aspek penting dalam operasional, seperti stok, produksi, distribusi, dan kontrol kualitas. Salah satu fokus diskusi adalah tentang pengelolaan stok. Para pemilik diajarkan cara mengelola persediaan mereka dengan lebih efektif, termasuk dalam hal pengadaan, penyimpanan, dan penggunaan yang optimal. Hal ini mencegah terjadinya kelebihan stok yang tidak perlu atau kekurangan persediaan yang dapat mengganggu kelancaran operasional bisnis. (Hernawan Hanif, 2023).

## **METODE PENELITIAN**

Penulisan artikel ini menggunakan pendekatan deskriptif, sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2011, 2025). Menurut Sugiyono, penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran atau penjabaran secara sistematis dan akurat terhadap situasi atau fenomena yang sedang berlangsung saat ini. Pendekatan ini dilakukan dengan prosedur ilmiah untuk menjawab pertanyaan terkait kondisi aktual, sehingga menghasilkan pemahaman yang komprehensif dan mendalam. Selain itu, Purnia (2020) menegaskan bahwa penelitian deskriptif bertujuan untuk memahami nilai dari variabel tertentu secara mandiri, tanpa harus menguji hubungan atau pengaruhnya terhadap variabel lain. Penelitian ini bersifat objektif dan berfokus pada penggambaran situasi secara faktual, sehingga bisa digunakan sebagai dasar untuk analisis lebih lanjut maupun pengambilan keputusan. Dalam konteks tulisan ini, pemahaman yang jelas tentang sasaran lembaga, khususnya dalam pengelolaan kinerja sumber daya manusia di bank syariah, menjadi fokus utama. Berbagai data relevan akan digunakan, meliputi sumber-sumber dari buku, jurnal, laporan perkembangan bank syariah, dan dokumen lain yang mendukung. Data tersebut kemudian dianalisis secara deskriptif, mengacu pada teori dan data pendukung, dengan tujuan memberikan gambaran yang objektif dan menyeluruh mengenai isu-isu utama yang diulas.

Dengan pendekatan ini, diharapkan pembaca dapat memahami secara mendalam tentang aspek-aspek kinerja di bank syariah, serta basis analisis yang digunakan dalam penulisan, agar mampu menyusun langkah strategis yang tepat berdasarkan data dan kenyataan yang ada. Prosedur pengumpulan informasi dalam penelitian literatur dilaksanakan dengan cara mengkaji referensi-referensi yang relevan, yang lalu dianalisa dan dikelompokkan. Dalam studi Peneliti menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif dalam hal ini analisis tersebut bertujuan untuk menemukan wawasan teori dari penelitian sebelumnya yang sebelumnya dengan memanfaatkan literatur yang mencakup buku-buku atau artikel baik tingkat nasional maupun internasional. (Zahra A., 2025)

Penelitian ini merupakan deskripsi (menggambarkan), serta analisis (menguraikan). Setelah pengumpulan data dilakukan, data tersebut diproses sehingga menjadi lebih fokus dan terstruktur, kemudian mulai mencatat informasi yang relevan dengan topik yang dibahas, melakukan pengeditan, mengklarifikasi, mengurangi, dan

menyajikannya. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menyelidiki bagaimana pengelolaan stok dapat berperan penting dalam meningkatkan efisiensi operasional sebuah perusahaan. Studi ini juga akan mengkaji cara-cara terbaik untuk mengatur persediaan demi meningkatkan performa bisnis dan kepuasan pelanggan. Diharapkan, temuan dari penelitian ini dapat memberikan sumbangan bagi perusahaan dalam merumuskan strategi pengelolaan persediaan yang lebih efisien dan berkelanjutan. (Zahra A., 2025).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Manajemen kinerja operasional, merupakan elemen penting dalam domain rantai pasokan, menekankan administrasi kegiatan operasional untuk memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif dan efisien. Dimensi kinerja operasional meliputi fleksibilitas, daya tanggap, kualitas, pengiriman tepat waktu, dan efisiensi biaya. Agar organisasi mencapai kinerja operasional yang optimal, sangat penting untuk membangun sistem manajemen kinerja yang relevan secara kontekstual dan selaras dengan tuntutan persaingan global (Kaydoys, 1998). Selain itu, penting untuk memastikan bahwa kinerja operasional selaras dengan tujuan menyeluruh organisasi. Pentingnya kolaborasi di antara berbagai komponen organisasi tidak boleh diabaikan, karena sinergi ini berperan penting dalam meningkatkan hasil kinerja operasional dan menciptakan nilai tambah bagi semua pemangku kepentingan. Dengan demikian, manajemen kinerja yang efektif dapat menjadi pendorong utama untuk mencapai keunggulan kompetitif dalam pasar yang semakin kompetitif.

Tujuan utama manajemen operasional: (1) Meningkatkan efektivitas dan hasil kerja perusahaan. (2) Mengurangi pengeluaran yang terkait dengan produksi dan operasional. (3) Menjamin mutu serta keandalan produk atau layanan yang dihasilkan. (4) Mempercepat durasi proses produksi agar lebih efisien. (5) Beradaptasi dengan perubahan dan dinamika lingkungan bisnis. (6) Mengembangkan inovasi dalam proses dan produk untuk mempertahankan keunggulan kompetitif. (7) Meningkatkan kepuasan pelanggan melalui produk dan layanan yang berkualitas tinggi, manajemen operasional ini, menerapkan strategi dan praktik yang telah dipelajari untuk meningkatkan efisiensi dalam operasi. Dalam jangka panjang, ini memberikan dampak positif pada peningkatan produktivitas, pengurangan biaya operasional yang tidak diperlukan, peningkatan kepuasan pelanggan, dan daya saing perusahaan. Dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang manajemen operasional, menemukan area yang perlu diperbaiki dan menerapkan solusi yang sesuai. Ini membantu meminimalkan pemborosan, mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya yang terbatas, dan mengurangi biaya operasional yang tidak diperlukan. (Hernawan Hanif, 2023)

Manajemen operasional adalah jenis pengelolaan yang menyeluruh dan efisien terhadap sumber daya manusia, barang (seperti bahan baku, peralatan, dan mesin), serta berbagai elemen produksi lainnya untuk menciptakan produk barang dan jasa yang bisa dipasarkan secara luas. Selain itu, ada juga definisi lain tentang manajemen operasional yang dapat dipahami sebagai proses pengelolaan yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, koordinasi, dan pengendalian dari semua aktivitas yang berkaitan dengan pengolahan baik produk barang maupun layanan secara langsung. (Sumardi, 2021)

Peranan manajemen operasional memiliki pengaruh besar terhadap pencapaian target yang telah ditentukan sebelumnya. Manajemen operasional dapat memastikan bahwa segala aktivitas yang berlangsung di perusahaan sesuai dengan rencana dengan cara terus memantau semua proses operasional. Fokus manajemen operasional adalah

untuk meningkatkan produktivitas semua pekerja. Ini tidak hanya dilakukan dengan mengevaluasi kinerja karyawan, tetapi juga dengan memberikan pelatihan dan pendidikan agar karyawan dapat memperbaiki hasil kerja mereka. (Sumardi, 2021)

Dalam upaya untuk menjaga reputasi dan eksistensi perusahaan, manajemen operasional Anda perlu memastikan produk yang diproduksi memiliki kualitas tinggi untuk kemudian didistribusikan kepada semua pelanggan, sehingga mereka merasa puas dan senang. Dalam pengelolaan operasional, ada upaya untuk tetap berkonsentrasi pada penggunaan sumber daya perusahaan secara maksimal. Hal ini dilakukan dengan menerapkan strategi yang tepat dalam memilih cara operasional perusahaan, melakukan pengawasan ketat terhadap semua aktivitas, serta menjamin bahwa semua sumber daya digunakan secara efektif tanpa terbuang. (Sumardi, 2021).

Memberikan motivasi kepada karyawan adalah hal yang sangat vital bagi manajemen operasional dengan cara membantu setiap individu agar dapat memahami fungsi mereka masing-masing. Manajer operasional dapat membimbing semua karyawan dalam menjalankan tugas mereka di perusahaan dan menciptakan lingkungan yang menyenangkan untuk mendukung produktivitas kerja. Untuk mendorong peningkatan kinerja, karyawan juga diberikan penghargaan yang sesuai dengan tingkat prestasi mereka.

Perspektif Kepuasan Konsumen. Ekonomi memainkan peranan penting dalam kehidupan Masyarakat saat ini. Jadi tidak mengherankan perkembangan ekonomi menjadi salah satu tanda kunci keberhasilan suatu negara. Hal ini sejalan dengan pandangan (Halida Sofiah Noor, 2019), yang menyatakan bahwa dengan mengevaluasi laju Pertumbuhan ekonomi yang bisa kita lakukan menilai kinerja dan keberhasilan negara dalam mengelola aktivitas ekonominya dalam jangka pendek serta upaya untuk memajukan perekonomiannya dalam jangka panjang. Salah satu isu ekonomi yang kerap muncul di Indonesia adalah inflasi. Inflasi merupakan permasalahan ekonomi makro yang sangat penting untuk diperhatikan oleh pemerintah, karena dapat berdampak pada pertumbuhan ekonomi serta kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Inflasi terjadi akibat kenaikan harga yang berlangsung terus menerus dalam waktu yang lama. Karl-Otto Pohl mengibaratkan inflasi seperti pasta gigi; setelah dikeluarkan, akan sulit untuk dimasukkan kembali.

Tingkat inflasi mencerminkan kondisi harga-harga. Kenaikan harga yang tajam tercermin dalam inflasi yang tinggi, sedangkan harga yang relatif stabil terlihat dalam angka inflasi yang rendah. Inflasi diukur sebagai peningkatan persentase tahunan dalam level harga umum, yang dihitung berdasarkan indeks harga konsumen atau indeks harga lainnya (Halida Sofiah Noor, 2019). Setiap perusahaan menyadari bahwa konsumen adalah elemen yang paling vital, termasuk dalam sektor jasa. Pada perusahaan jasa, konsumen berperan aktif dan secara langsung mengalami standar pelayanan yang disediakan oleh entitas tersebut. Perusahaan harus memberi kepuasan yang memenuhi harapan serta keinginan konsumen, baik dalam hal layanan, manfaat produk, maupun harga. Di sisi lain, dengan meningkatnya kesadaran konsumen yang semakin mengerti mengenai produk dan layanan, perusahaan dituntut untuk merancang strategi melalui bauran pemasaran. Dengan cara ini, bauran pemasaran berfungsi sebagai alat untuk aktivitas pemasaran, yang dapat mendukung perusahaan dalam memperkenalkan produknya kepada publik, agar masyarakat dapat mengenal dan tertarik untuk mencobanya. (Nurbaeti, 2018)

Selain itu, bagian ini mampu melakukan pengawasan mutu secara langsung kepada pelanggan untuk menilai apakah produk yang dibuat telah memenuhi persyaratan dan kebutuhan mereka. Di sini diharapkan bahwa kita bisa mendapatkan masukan langsung

dari konsumen dan membawa informasi tersebut sebagai bahan untuk pengembangan lebih lanjut. Tim manajemen operasional ini tidak hanya terbatas pada produk fisik saja, melainkan organisasi atau perusahaan ini meliputi dua jenis produksi, yaitu barang yang dapat disimpan dan layanan. Ada perbedaan signifikan antara kedua jenis hasil produksi ini. Saat kita membahas produk berupa barang fisik, konsumen tidak memiliki interaksi langsung karena mereka terpisah oleh proses pengiriman dan akhirnya membeli barang melalui pengecer atau reseller. Namun, dalam hal produk yang berbentuk layanan, konsumen bisa terlibat secara langsung dan menyaksikan proses pelayanan itu berlangsung. Selain itu, konsumen juga dapat berinteraksi langsung dengan aspek operasionalnya. Contohnya bisa dilihat pada salon, bengkel, dan layanan sejenis. Oleh karena itu, manajemen operasional yang berkaitan dengan bidang layanan akan lebih ditekankan di area ini. (Sumardi, 2021) ada beberapa tantangan dalam Pelaksanaan Manajemen Stok di antaranya: (1) Koordinasi Rantai Suplai: Ketidaksiesuaian yang muncul antara pemasok, produsen, dan distributor seringkali menghambat kelancaran dalam pengelolaan persediaan. (2) Kebijakan Internal Perusahaan: Adanya kebijakan internal yang kaku dapat menghalangi pelaksanaan strategi seperti JIT (Just in-Time) atau EOQ (Jumlah Pesanan Ekonomi). (3) Kesiapan Teknologi: Tidak semua perusahaan memiliki akses atau kemampuan untuk menerapkan teknologi digital dalam pengelolaan persediaan mereka. Di samping itu, terdapat faktor eksternal lain seperti fluktuasi permintaan pasar, kondisi penyimpanan, dan ketidakpastian ekonomi yang juga menjadi tantangan yang perlu dihadapi agar pengelolaan stok dapat berfungsi secara maksimal.

## **KESIMPULAN**

Secara umum, menunjukkan bahwa elemen krusial dalam meningkatkan efektivitas operasional usaha adalah pengelolaan sumber daya manusia atau manajemen operasional. Dengan mengatur inventaris dengan baik, perusahaan tidak hanya dapat menghindari kepanikan karena kekurangan bahan, yang dapat mengganggu proses produksi dan pengelolaan inventaris, tetapi juga mampu meminimalkan risiko overstock, yang dapat menyebabkan naiknya harga bahan dan kerugian akibat barang yang rusak atau kadaluwarsa.

Berbagai pendekatan Baik Just-in-time (JIT) maupun economic order quality (EQQ) telah ditunjukkan sebagai metode yang efektif dalam menentukan jumlah pesanan yang paling efisien agar biaya operasional bisa ditekan. (Zahra A., 2025)

Hal ini menekankan betapa krusialnya penerapan strategi manajemen kinerja yang efisien untuk meningkatkan kinerja operasional di perusahaan asuransi. Melalui analisis yang komprehensif, terungkap bahwa penggabungan sistem teknologi informasi, peningkatan keterampilan karyawan, dan perbaikan komunikasi internal adalah elemen penting yang berkontribusi terhadap tercapainya efektivitas operasional yang lebih optimal. Di samping itu, penerapan sistem pengukuran kinerja yang jelas sangat diperlukan. Strategi pengembangan kinerja yang lebih menyeluruh perlu diterapkan dengan memastikan bahwa tujuan jangka pendek dan jangka panjang seimbang. Penekanan pada peningkatan kapasitas internal serta pengembangan Untuk mendukung pertumbuhan bisnis, sumber daya manusia sangat penting. dalam waktu yang lama. Selain itu, perusahaan juga disarankan untuk memberi lebih banyak perhatian pada kesejahteraan karyawan dan membangun lingkungan kerja yang produktif. (Viridina, 2025)

Peningkatan sinergi antara produsen, konsumen, dan distributor melalui platform digital dapat meningkatkan penjualan dan mengurangi biaya penyimpanan. Adalah krusial untuk melakukan penilaian dan pengawasan yang menyeluruh agar dapat

mendeteksi setiap masalah yang timbul dalam sistem pengelolaan persediaan.

Juga perlu dilakukan audit internal serta analisis kinerja untuk mengukur efektivitas strategi yang telah dilaksanakan, serta memberikan pelatihan dan pengembangan kepada karyawan yang memiliki dedikasi tinggi terhadap tanggung jawab yang diemban.

#### **SARAN**

Penulis memahami bahwa jurnal ini memiliki banyak keterbatasan dan kekurangan. Untuk itu, demi kepentingan yang lebih lanjut, Penulis memberikan saran yang diharapkan dapat dipertimbangkan oleh peneliti yang akan datang sebagai berikut: (1) Berdasarkan adanya hubungan yang signifikan dalam penelitian ini, disarankan kepada peneliti berikutnya yang akan mengkaji tentang kolaborasi sumber daya manusia untuk mempertimbangkan penambahan variabel lain, dengan tujuan memperluas hasil temuan serta pengetahuan yang telah ada. (2) Melakukan penelusuran terhadap penelitian-penelitian yang relevan dengan studi ini agar diperoleh perbandingan yang mendalam dan menyeluruh, sehingga studi diharapkan dapat memberikan hasil optimal dan akurat.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Amrie, N. D. (2021). Peran Tata Kelola Perusahaan Dalam Kinerja Operasional dan kinerja pasar di Indonesia. 206-222.
- Ares1), M. Y. (2021). PENERAPAN MANAJEMEN KINERJA DALAM MENINGKATKAN.
- Chen. (2023). The role of data integration inoperational menegement. jurnal of information technology.
- Ferrinadewi, E. (2005). Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian.
- Halida Sofiah Noor, C. K. (2019). ANALISIS INDEKS HARGA KONSUMEN (IHK). 110-119.
- Hernawan Hanif, T. H. (2023). PELATIHAN KETERAMPILAN MANAJEMEN OPERASIONAL BAGI UMKM: PENINGKATAN EFISIENSI DAN PRODUKTIVITAS. 24-28. kaydoys. (1998).
- Operational Performance Measurement: Increasing Total Productivity. kim, L. &. (2022). the impact of human resource of information system effectiveness.
- Nurbaeti, W. Z. (2018). PENGARUH STRATEGI PENETAPAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI TERHADAP REMA LAUNDRY DAN SIMPLY FRESH LAUNDRY DI JALAN CIKUTRA BANDUNG. 106-126.
- Pratiwi, K. F. (2021). PENGARUH DIGITAL MARKETING, KUALITAS PRODUK, DAN EMOSIONAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN POSKOPI ZIO JOMBANG. 603-612.
- Purnia, H. M. (2020). sains manajemen, 1-85.
- Sugiyono, T. V. (2011,2025). Strategi Manajemen Kinerja Dalam Meningkatkan Efektivitas.
- Sumardi, S. (2021). INFORMASI KOMPUTER AKUNTANSI DAN MANAJEMEN. 138-147.
- Suprobowati. (2023). implementasi sistem informasi des DALAM MENINGKATKAN KINERJA PEGAWAI KANTOR KECAMATAN MENGANTI.
- suryani. (2021). manajemen kinerja dalam perspektif strategi. jurnal ilmu manajemen.
- Virdinia, T. (2025). Strategi Manajemen Kinerja Dalam Meningkatkan Efektivitas. 276-287.
- warlop. (2023). consumer psycology.
- zahra. (2025). manjaemen persediaan dan efisiensi operasinal.
- Zahra, A. (2025). INVENTORY MANAGEMENT AS THE KEY TO IMPROVING.