

Bab I Pendahuluan

I.1 Latar Belakang

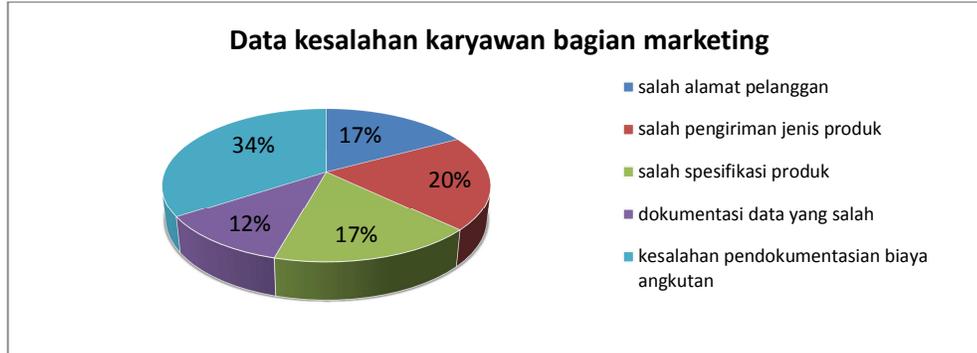
Indonesia sebagai negara berkembang, memiliki banyak perusahaan industri yang bergerak diberbagai bidang produksi, salah satunya adalah perusahaan yang bergerak dalam produksi kulit/kulit sintesis. Salah satu perusahaan tersebut adalah PT. Sempurnaindah Multinusantara (selanjutnya disebut PT. SIMNU), yang beralamat di jalan Raya Dayeuh Kolot no 179 Bandung, 40258, Jawa Barat Indonesia. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1991 dan di assosiasi perusahaan Korea dengan nama sebelumnya PT. Sea Nusantara IL. Perusahaan ini fokus kepada produksi kulit berkualitas tinggi. Pada tahun 1993, perusahaan ini menjadi 100% perusahaan lokal dengan nama PT. Sempurnaindah Multinusantara atau lebih dikenal dengan nama PT. SIMNU. PT. SIMNU merupakan salah satu perusahaan di industri PVC di Indonesia yang bersertifikasi ISO 9001-2008 dari PT. SGS Indonesia. PT. SIMNU menjual bahan kulit imitasi, produk kulit, artikel kulit dan bahan *Oscar*.

PT. SIMNU mempunyai tiga proses utama, yaitu proses produksi, proses penjualan (*Marketing*), dan proses pendukung. Dari ketiga proses tersebut, proses penjualan produk (*Marketing*) dan distribusi menjadi proses yang berhubungan langsung dengan konsumen. Proses ini dilakukan oleh Divisi Marketing.

Permasalahan yang sering terjadi adalah seringnya karyawan Divisi Marketing melakukan kesalahan yang merugikan pelanggan. Data kesalahan pegawai Divisi Marketing sepanjang tahun 2012 ditunjukkan dalam Tabel I-1 dan Gambar 1-3.

Table I-1. Data Kesalahan Karyawan Marketing Tahun 2012

Jenis kesalahan	Jumlah Frekuensi Kesalahan
salah alamat pelanggan	6
salah pengiriman jenis produk	7
salah spesifikasi produk	6
dokumentasi data yang salah	4
kesalahan pendokumentasian biaya angkutan	12



Gambar I-1. Grafik Data Kesalahan Karyawan Tahun 2012 PT. SIMNU
(sumber : data internal perusahaan)

Studi pendahuluan telah dilakukan untuk mendeteksi akar penyebab permasalahan kesalahan karyawan marketing. Berdasarkan wawancara dengan Manajer Marketing, kesalahan-kesalahan ini diduga disebabkan oleh *Standard Operational Procedure* (SOP) di Bagian Marketing yang belum baik.

Beberapa masalah yang ada pada *Standard Operational Procedure* (SOP) adalah adanya duplikasi proses, dokumentasi yang terlalu banyak dan administrasi manual yang terlalu panjang yang menyebabkan panjangnya dan banyaknya aktivitas dalam *Standard Operational Procedure* (SOP) yang harus dikerjakan oleh Administrasi Marketing. Padahal dalam prakteknya, divisi ini menggunakan aplikasi sistem informasi yang digunakan untuk mempermudah komunikasi antar karyawan dan antar divisi sehingga sebenarnya tidak diperlukan proses dokumentasi manual yang panjang.

Hasil wawancara juga menemukan bahwa panjangnya aktivitas pada proses bisnis yang dimuat dalam *Standard Operational Procedure* (SOP) serta *deadline* pengerjaan yang terbatas, sehingga karyawan Marketing harus bekerja lembur. Diantara semua divisi di perusahaan, divisi ini adalah divisi yang mempunyai staff dengan frekuensi lembur paling banyak. Tentu saja ini menyebabkan kerugian bagi perusahaan. Karena dengan adanya jam lembur ini, mengharuskan perusahaan mengeluarkan biaya lebih. Data jam lembur karyawan Marketing dapat dilihat dalam Tabel I-1.

Tabel I-1. Jumlah Lembur Karyawan Januari-Juli 2013
(sumber: data internal perusahaan)

no	Nama	Jabatan	Jumlah lembur (dalam hari)													
			januari		Februari		Maret		April		Mei		Juni		Juli	
			jumlah hari	rata-rata jam lembur per hari	jumlah hari	rata-rata jam lembur per hari	jumlah hari	rata-rata jam lembur per hari	jumlah hari	rata-rata jam lembur per hari	jumlah hari	rata-rata jam lembur per hari	jumlah hari	rata-rata jam lembur per hari	jumlah hari	rata-rata jam lembur per hari
1	Esther	Ass. Mjr Marketing	16	3.1	19	2.8	18	2.56	22	3.11	23	2.23	21	2.22	20	2.23
2	Handy	Kadep Sales	1	1.13	0		2	1.24	0		0		1	0.23	1	0.34
3	Wulan	Adm. Marketing	12	1.23	11	1.78	16	1.66	10	1.34	12	1.54	8	1.11	10	1.37
4	christina	Adm. Marketing	19	2.67	20	2.33	18	1.21	22	1.24	23	1.45	20	1.33	22	1.25
5	Natali	Adm. Marketing	20	1.23	21	1.34	18	1.44	19	1.12	20	1.22	17	1.14	19	1.11
6	Yuningsih	Adm. Marketing	9	0.25	11	0.54	5	0.33	10	0.51	6	0.5	5	0.59	9	0.91
7	Desi	Adm. Marketing	12	1.23	10	1.22	8	1.54	13	1.45	9	1.67	8	1.76	5	1.77
8	Eni	Adm. Marketing	20	2.34	19	2.45	18	2.37	22	3.1	23	2.11	20	2.14	21	2.14
9	Andy Rizaldy	Kanit Gudang Barang Jadi	23	3.1	20	3.22	20	3.12	22	2.89	23	3.5	19	2.99	23	3.01
10	Denny Sukandi	Operator Marketing	11	1.2	10	1.56	15	1.45	17	1.11	14	1.1	12	1.21	11	1.76

Ketidajelasan alur informasi antar Ass Manager Marketing, karyawan Adm Marketing dan Kanit Gudang juga terjadi pada proses pengangkutan. Seharusnya, pada saat surat perintah keluar barang diturunkan, Kanit Gudang akan mengecek dan mengepak barang sesuai orderan pelanggan, dan menaikkan barang ke angkutan. Namun untuk beberapa kasus orderan, Kanit Gudang harus menunggu konfirmasi ulang dari Ass. Manager Marketing apakah orderan tersebut sudah bisa diangkut atau tidak dan penyebabnya adalah karena informasi yang tidak jelas dan tidak pasti. Sehingga hal tersebut menunda keberangkatan barang, yang juga berarti memperlama barang tersebut sampai di tangan pelanggan.

Perbaikan proses bisnis pada perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai metode. Salah satu metode yang banyak digunakan yaitu melakukan perbaikan proses bisnis yang ada dengan melakukan peningkatan (*improvement*) di beberapa bagian tertentu secara bertahap dan *continue*, atau sering disebut metode *Business Process Improvement* (BPI). BPI memberikan suatu sistem yang membantu dalam proses penyederhanaan (*streamlining*) proses-proses bisnis, dengan memberikan jaminan bahwa pelanggan internal dan pelanggan eksternal dari organisasi akan mendapat output yang baik.

Penelitian ini berfokus pada perbaikan *Standard Operational Procedure* (SOP) dengan perbaikan proses bisnis Divisi Marketing perusahaan yang diduga menjadi akar permasalahan yang terjadi dengan terlebih dahulu yaitu dengan metode *Business Process Improvement* (BPI), sehingga pada akhirnya didapatkan *Standard Operational Procedure* (SOP) usulan yang memuat aliran informasi yang jelas serta memuat proses yang efektif dan efisien, dan pada akhirnya dapat memperbaiki kinerja karyawan dan dapat meningkatkan performansi perusahaan khususnya pada Divisi Marketing.

I.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang menjadi dasar dilakukannya penelitian ini adalah bagaimana merancang perbaikan *Standard Operational Procedure* (SOP) Divisi Marketing pada PT. SIMNU menggunakan metode *Business Process Improvement* (BPI)?

I.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada perumusan masalah, maka tujuan dari dilakukannya penelitian adalah memperbaiki *Standard Operational Procedure* (SOP) Divisi Marketing pada PT. SIMNU menggunakan metode *Business Process Improvement* (BPI).

I.4 Manfaat penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Memberikan masukan dalam desain ulang proses bisnis Divisi Marketing berdasarkan *Process Business Improvement* (BPI) yang dapat mengurangi waktu lembur, keluhan pelanggan dan kesalahan karyawan.
2. Merancang *Standard Operational Procedure* (SOP) Divisi Marketing dari usulan perbaikan proses bisnis dengan tujuan untuk mengefisiensikan waktu proses bisnis di Divisi Marketing.
3. Memberikan masukan-masukan atau rekomendasi yang harus dilakukan untuk mengefektifkan kinerja perusahaan.

I.5 Batasan Masalah

1. Indikator keberhasilan proses *improvement* yang dilakukan ditinjau dari segi efisiensi waktu proses dan efektifitas yang dihasilkan pada desain proses bisnis usulan.
2. Waktu proses realisasi diperoleh dari dokumen internal perusahaan pada Divisi Marketing perusahaan.
3. Perbaikan SOP yang menjadi fokus adalah perbaikan SOP pada proses bisnis penjualan di Divisi Marketing, yaitu proses bisnis penjualan dalam negeri, proses bisnis penjualan keluar negeri, proses bisnis pengiriman *sample*, proses bisnis perubahan order, dan proses bisnis penanganan keluhan pelanggan.
4. Bentuk SOP usulan adalah berdasarkan SOP *existing* yang ada pada Divisi Marketing PT. SIMNU.
5. Penelitian yang digunakan tidak sampai pada tahap implementasi.

I.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini diuarikan dengan sistematikan penulisan sebagai berikut:

Bab I

Pendahuluan

Bab ini berisi masalah yang terjadi dan menjadi latar belakang dari penelitian, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian ini bagi pihak-pihak yang terkait. Dalam bagian ini juga terdapat batasan masalah yang membatasi proses pemecahan masalah.

Bab II

Landasan Teori

Bab ini membahas hubungan antar konsep yang menjadi kajian penelitian dari uraian konsep penelitian. Teori yang menjadi acuan penelitian adalah *Business process Improvement* (BPI) dan *Standard Operational Procedure* (SOP).

Bab III

Metedologi Penelitian

Pada bab ini dijelaskan tentang model konseptual penelitian dan sistematika pemecahan masalah dalam penelitian.

Bab IV

Pengumpulan dan Pengolahan Data

Bab ini berisi hasil pengumpulan dan pengolahan data berupa profil PT. SIMNU dan proses bisnis *existing* Divisi Marketing. Pada profil organisasi terdapat visi dan misi perusahaan, serta struktur organisasi. Sedangkan pada proses bisnis *existing* terdapat identifikasi proses bisnis *existing*.

Bab V**Analisis dan Usulan**

Bab ini berisi hasil analisis dari data proses bisnis *existing* Divisi Marketing yang dilakukan dengan analisis *streamlining* dan perancangan usulan SOP. Selanjutnya dilakukan perbandingan antara proses bisnis *existing* dengan proses bisnis yang telah dilakukan *streamlining*.

Bab VI**Kesimpulan dan Saran**

Bab ini berisi tentang kesimpulan-kesimpulan yang menjawab tujuan penelitian tugas akhir dan saran-saran bagi penelitian selanjutnya.