

## BAB 11

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 11.1. Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang didapatkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada PT.XYZ yaitu:

- a. Berdasarkan pengamatan data *stakeholder* pada PT. XYZ, ditemukan 10 *stakeholder* yang terlibat dalam proses bisnis promo *Monthly Unique Buyer Active*. Kebutuhan *stakeholder* yang akan diselesaikan berfokus pada kebutuhan *Senior Sales and Marketing (Retention)* dan *Sales and Marketing (Retention)* sebagai *project owner*. *Sales and Marketing Associate (Retention)* menginginkan agar proses pengerjaan promo MUBA dapat dieksekusi dengan baik dan terkontrol, sedangkan *Senior Sales and Marketing (Retention)* menginginkan agar proses dapat dikerjakan sesuai dengan strategi awal promo dan tingkat *promo error* dalam sistem dapat diminimasi. Aktivitas bisnis dalam proses bisnis MUBA secara keseluruhan mulai dari proses pengerjaan dokumen *budget plan* dan *marketing requirement document* sampai dengan analisis *result*. *Senior Sales and Marketing (Retention)* merepresentasikan proses perencanaan strategi promo, proses pengerjaan MRD, proses *approval campaign*, proses *monitoring* dan proses *reporting* performansi promo. *Sales and Marketing Associate Retention* merepresentasikan proses pengerjaan promo, proses pengerjaan *banner (creative)*, proses pengerjaan *marketing channel*, proses *testing* promo, proses *approval* promo, proses pengerjaan *user query* dan proses *monitoring*.
- b. Berdasarkan pengamatan *potential failure* dalam proses bisnis promo MUBA di PT. XYZ, terdapat 17 *potential failure* dalam sistem yang diamati. Dari 17 *potential failure* tersebut, terdapat 39 *failure occurrence* yang terjadi dari 11 Oktober 2021 sampai 30 November 2021.
- c. Berdasarkan pengukuran dampak *potential failure* menggunakan FMEA dan Diagram Pareto didapatkan 10 prioritas *failure* yang memberikan kontribusi *error* dalam sistem sebanyak 80 persen dari jumlah keseluruhan *failure* yang ada untuk diperbaiki. Prioritas *failure* tersebut terdiri dari ketidaksesuaian informasi pada MRD dengan *setting* pada *promo management*; kesalahan *setting catalog management* yang tidak sesuai dengan MRD; kesalahan *setting campaign management* yang tidak sesuai dengan MRD; kesalahan

pembuatan *banner* untuk promo; kesalahan saat pengisian informasi pada MRD; kesalahan saat pengisian *push notification*; kesalahan setting *token benefit* yang tidak sesuai dengan MRD; kesalahan menggunakan *user query* pada promo; gagal *upload user query* ke sistem dan kesalahan pengisian informasi pada *query request sheet (user validation, campaign ID, base code, promo period)*. Terdapat 1 *potential failure mode* dengan level risiko *very high*, 6 *potential failure mode* dengan level risiko *high*, 2 *potential failure mode* dengan level risiko *medium* dan 8 *potential failure mode* dengan level risiko *low*. Nilai RPN tertinggi ialah 224 dengan level risiko *very high* dan terendah ialah 42 dengan level risiko *low*. Total RPN ialah 1717.

- d. Berdasarkan analisis akar penyebab menggunakan *fishbone diagram*, terdapat 51 jenis akar-akar penyebab (secara keseluruhan) yang mengakibatkan *failure* dalam proses bisnis yang ditinjau dari empat aspek yaitu *man, method, machine & software* serta *environment* (ditandai berwarna merah). Beberapa akar-akar penyebab utama yang memberikan pengaruh besar pada *failure (failure dengan RPN tertinggi)* yaitu pekerja baru yang belum diajarkan mengenai sistem kerja *retention* secara menyeluruh terutama pengerjaan *project promo MUBA*, tidak *notice* kesalahan dalam MRD saat pengerjaan *project MUBA*, belum familiar dengan penggunaan *promo, catalog, token* dan *campaign intools*, aturan pengecekan *project promo MUBA (MRD, promo, catalog, token, campaign)* yang belum jelas serta penyampaian SOP/prosedur implementasi informasi MRD ke dalam *promo, token, catalog, campaign creation* yang kurang lengkap.
- e. Ditinjau dari analisis akar penyebab yang telah dilakukan, diusulkan 4 solusi perbaikan yang dapat diimplementasi untuk memperbaiki proses bisnis promo MUBA. Solusi perbaikan proses bisnis tersebut diantaranya merancang program pelatihan/sosialisasi khusus kepada *stakeholder* yang mencakup cara pengoperasian *google workspace* dan pembelajaran komprehensif mengenai sistem pengerjaan promo (solusi perbaikan 1); solusi perbaikan proses bisnis dengan merancang *project management plan* setiap bulan yang menggambarkan *main task* masing-masing *stakeholder* (solusi perbaikan 2); solusi perbaikan proses bisnis dengan merancang perbaikan peta proses bisnis baku promo MUBA yang memetakan masing-masing fungsi *stakeholder* secara menyeluruh (solusi perbaikan 3); solusi perbaikan proses bisnis dengan *product development* yang membantu proses penarikan dan

penggunaan *user query* promo MUBA (solusi perbaikan 4). Terdapat 2 solusi perbaikan yang harus terus menerus diperbaiki dan 2 solusi perbaikan yang harus segera dilakukan.

- f. Penentuan prioritas solusi perbaikan didasarkan atas tingkat kemudahan implementasi, hubungan solusi perbaikan dengan akar penyebab dan tingkat kepentingan solusi saat ini. Rekapitulasi penilaian solusi perbaikan yakni solusi perbaikan 3 memiliki skor 243, solusi perbaikan 4 memiliki skor 81, solusi perbaikan 1 memiliki skor 19 dan solusi perbaikan 2 memiliki skor 12. Maka, solusi terpilih ialah solusi perbaikan 3, yakni perancangan perbaikan peta proses bisnis baku disertai dengan kelengkapan SOP, WI dan *checklist sheet*.
- g. Penilaian aktivitas bisnis dengan *value analysis* menghasilkan total aktivitas bisnis *existing* sebanyak 189 aktivitas, dengan elemen aktivitas *value adding* sebanyak 82 aktivitas, *business adding* sebanyak 90 aktivitas dan *non-value adding* sebanyak 17 aktivitas.
- h. Rekomendasi perbaikan dalam perancangan peta proses bisnis didasarkan atas *value analysis* dan *fishbone diagram*. Selain rekomendasi peningkatan aktivitas bisnis untuk peta proses bisnis, juga dilakukan pengendalian implementasi berupa penyediaan panduan cara implementasi informasi MRD ke dalam *setting intools*, memberikan *highlight* lengkap pada bagian informasi penting dalam MRD serta penyusunan dan penetapan prosedur pengecekan *project promo* MUBA secara lengkap dalam mengendalikan rancangan peta proses bisnis baru.
- i. Implementasi solusi perbaikan melalui perancangan peta proses bisnis baku menghasilkan 79 aktivitas *value adding*, 62 aktivitas *value adding* dan 0 aktivitas *non-value adding*. Implementasi solusi perbaikan tersebut berhasil menurunkan 31,11% aktivitas *business added* dan 100% aktivitas *non-value added*. Perancangan telah divalidasi dan disetujui oleh *stakeholder*.
- j. Implementasi pengendalian proses bisnis digunakan dalam mengontrol solusi perbaikan yang telah diberikan mencakup :
  - i. *Standard Operating Procedure (SOP)* mengenai cara *setting* promo MUBA pada *internal tools* perusahaan berdasarkan informasi dalam MRD yang meliputi *promo management*, *catalog management*, *token benefit* dan *campaign management*.
  - ii. *Template MRD* yang meng-*highlight* informasi penting dalam *promo details*, *benefit and validation*, *merchant*, *catalog* dan *coupon info*.

- iii. *Work instructions* pada *setting promo management*, *catalog management*, *token benefit* dan *campaign management*.
- iv. *Checklist sheet* pada *promo management*, *catalog management*, *token benefit* dan *campaign management*.
- k. Hasil *review critical success factor* berhasil menunjukkan bahwa implementasi perbaikan proses bisnis dapat menurunkan nilai risiko kegagalan proses (dinyatakan dalam RPN). Total RPN sebelum implementasi pada *priority failure* yakni 1335, sedangkan total RPN setelah implementasi yakni 803. Hasil *review critical success factor* berhasil menghilangkan level risiko *very high*.
- l. Apabila di masa mendatang solusi perbaikan proses bisnis ini akan dieksekusi dan diterapkan pada sistem secara nyata, maka hal yang harus diperhatikan ialah, pembuatan proposal, persetujuan implementasi dari *leader*, pemberitahuan rencana implementasi kepada *stakeholder* melalui *email*, pengadaan *socialization*, dan *risk mitigation* untuk mengidentifikasi *potential failure* yang akan terjadi di luar dari *failure* yang diidentifikasi.
- m. Implementasi *Six Sigma-DMAIC* yang dilakukan dalam penelitian hanya berlaku untuk kondisi pada saat ini. Oleh karena itu, perusahaan harus menerapkannya secara berkala untuk dapat mengakomodasi solusi terbaik sesuai dengan kondisi terbaru dalam perusahaan.

## 11.2. Saran

- a. Penelitian dikhususkan pada pengerjaan proses bisnis promo *Monthly Unique Buyer Active General (Gratif 1.0)* saja. Maka dari itu, usulan perbaikan yang telah dihasilkan dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai landasan dalam perbaikan proses bisnis pada promo-promo lainnya yang dikerjakan dalam *marketplace* di PT.XYZ.
- b. Implementasi solusi perbaikan terpilih hanya sampai pada perancangan peta proses bisnis baku dan pengendalian solusinya melalui SOP, WI dan *checklist sheet*. Disarankan apabila memungkinkan, implementasi solusi perbaikan 3 dapat digabungkan dengan implementasi solusi perbaikan 1 (perancangan program pelatihan/sosialisasi khusus kepada karyawan) sehingga pada penelitian selanjutnya dapat dilakukan implementasi lebih lengkap.
- c. Solusi perbaikan disarankan untuk dapat diimplementasikan dalam sistem sesegera mungkin.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, F. (2019). Six sigma DMAIC sebagai metode pengendalian kualitas produk kursi pada UKM. *Jurnal Integrasi Sistem Industri*, 6(1), 11-17.
- Artaya, I., & Purworusmiardi, T. (2019). Efektifitas marketplace dalam meningkatkan konsentrasi pemasaran dan penjualan produk bagi UMKM di Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Narotama Surabaya*, 1-10.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2020). Laporan survei internet APJII 2019-2020 (Q2). Diakses tanggal 25 Oktober 2021 dari <https://apjii.or.id/survei>.
- Ayu, S., & Lahmi, A. (2020). Peran e-commerce terhadap perekonomian Indonesia selama pandemic covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(2), 114-123.
- Aznar, E (2019, March 20). What is a marketplace? our understanding of multi-seller businesses. Diakses tanggal 25 Oktober 2021 dari <https://insights.shoperly.com/what-is-a-marketplace>.
- Cahyabuana, B.D., & Pribadi, A. (2015). Konsistensi penggunaan Metode FMEA (Failure Mode Effects and Analysis) terhadap penilaian risiko teknologi informasi. *Jurusan Sistem Informasi Fakultas Teknologi Informasi Institut Teknologi Sepuluh Nopember*, 1-9.
- Chandra, A., & Hadi, Y. (2017). Analisis dan rekayasa proses bisnis pada bagian layanan akademik di Sekretariat Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Ma Chung. *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 22(3), 161-170.
- Daulay, A.N. (2019). Perlindungan hukum terhadap hak konsumen atas promosi barang yang dijual melalui media elektronik atau online menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Skripsi pada Program Studi Ilmu Hukum. Fakultas Hukum. Universitas Sumatera Utara.
- Delyani, G (2021, April 27). Pengolahan data statistik dengan diagram pareto kenali manfaat dan contohnya yuk. Diakses tanggal 05 Desember 2021 dari <https://www.dqlab.id/pengolahan-data-statistik-dengan-diagram-paret>.
- Febrilian, V., Baihaqi, I., & Sugihartanto M. (2021). Usulan perbaikan proses bisnis dan penyusunan prosedur standar operasi menggunakan metode DMAIC. *Jurnal Teknik Institut Teknologi Sepuluh Nopember*, 10(2), 40-45.
- Hakim, H., Rachmadi, A., & Rusydi, A. (2021). Analisis dan evaluasi proses bisnis menggunakan metode Failure Mode And Effect Analysis studi pada Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Batu. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 5(4), 1288-1294.

- Hanifah, M., Sriyanto, & Sari, D.P. (2015). Perancangan standard operating procedures dan work instruction pada aktivitas produksi area 1 PT Ebako Nusantara Semarang. *Industrial Engineering Online Jurnal*, 4(4), 1-10.
- Hanisaputro, B., Widaningrum, S., & Sutari, W. (2020). Usulan perbaikan proses bisnis Carrier Enterprise Pre Sales dengan metode Business Process Improvement (BPI) di PT. Telekomunikasi Indonesia International (TELIN). *e-Proceeding of Engineering*, 7(2), 6594-6608.
- Hartono, T (2021, January 2). Manfaat marketing campaign untuk kesuksesan bisnisimu. Diakses tanggal 25 Oktober 2021 dari <https://www.dewaweb.com/blog/campaign-untuk-kesuksesan-bisnisimu>.
- Helmi, A., Aknuranda, A., & Saputra, M. (2018). Analisis dan pemodelan proses bisnis menggunakan Business Process Improvement (BPI) pada Lembaga Bimbingan Belajar. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 2(10), 4184-4191.
- Hoffman, D.L., & Fodor, M. (2010). Can you measure the ROI of your social media marketing?. *MIT Sloan Management Review*, 52(1), 41-49.
- Inixindo Widya Iswara Nusantara (2021, May 22). Apa manfaat menggunakan TIK di bidang perdagangan. Diakses tanggal 25 Oktober 2021 dari <https://inixindojogja.co.id/apa-manfaat-penggunaan-tik-di-bidang-perdagangan>.
- Lupi, F., & Nurdin, N. (2016). Analisis strategi pemasaran dan penjualan e-commerce pada tokopedia.com. *Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer*, 2(1), 20-29.
- Maharani, A.R. (2018). Perancangan manajemen risiko operasional di PT. X dengan menggunakan metode House of Risk. Skripsi pada Program Studi Manajemen Industri. Fakultas Bisnis dan Manajemen Teknologi. Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- Millard, M. (2017, December 13). A quick guide to DMAIC for beginners. Diakses tanggal 26 Oktober 2021 dari <https://blog.kainexus.com/improvement-disciplines/six-sigma/dmaic/a-quick-guide-to-dmaic-for-beginners>.
- Murnawan, H., & Mustofa. (2014). Perencanaan produktivitas kerja dari hasil evaluasi produktivitas dengan metode fishbone di perusahaan percetakan kemasan PT.X. *Jurnal Teknik Industri Heuristic*, 11(1), 27-46.
- Pal, S. (2019, April 25). How to identify to the occurrence levels in FMEA?. Diakses pada tanggal 05 Desember 2021 dari <https://www.advanceinnovationgrup.com/blog/how-to-identify-the-occurrence-levels-in-fmea>.

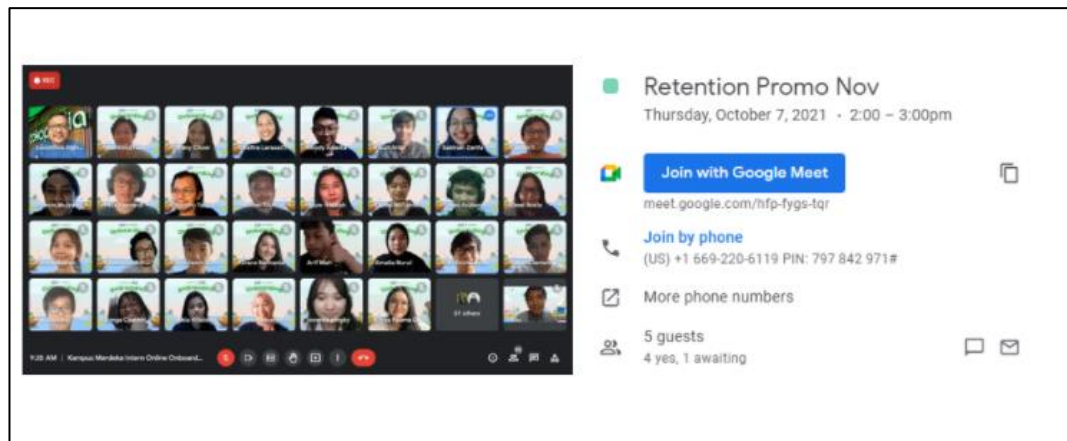
- Pribadi, H.I., & Ernastuti. (2020). Manajemen risiko teknologi informasi pada penerapan *e-recruitment* berbasis ISO 31000:2018 dengan FMEA. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 10(1), 28-35.
- Slamet, J.P. (2021, June 28). Pengguna internet di Indonesia. Diakses tanggal 4 Oktober 2021 dari <https://kompaspedia.kompas.id/baca/infografik/peta-tematik/pengguna-internet-di-indonesia>.
- Turner, L., Weickgenannt, A.B., & Copeland, M.K. (2016). Accounting information system: controls and processes (3rd ed). New Jersey: John Wiley & Sons.
- Kosasi, S. (2016). Perancangan sistem informasi pemasaran online untuk memperluas segmentasi pasar properti. *Jurnal Voice of Informatics*, 5(2), 31-42.
- Mursid, F., & Maharani, E (2021, June 23). Kominfo: pengguna internet Indonesia terbesar ke-4 di dunia. Diakses tanggal 4 Oktober 2021 dari <https://www.republika.co.id/berita/qv56gb335/kominfo-pengguna-internet-indonesia-terbesar-ke4-di-dunia>.
- Oetomo, B., & Ramdhani, R. (2021). Usulan perbaikan proses bisnis Departemen J20 di PT Indorama Synthetics Tbk dengan menggunakan metode Business Process Reengineering. *Jurnal Media Teknik & Sistem Industri*, 5(2), 63-71.
- Pradana, M. (2015). Klasifikasi jenis – jenis bisnis e-commerce di Indonesia. *Jurnal Berkala Ilmu Ekonomi*, 9(2), 32-40.
- Pradnyana, A., & Listartha (2021). Business process improvement design of complaints on technical information system problems ussing the Business Process Improvement method. *Journal of Physics: Conference Series*, 1-9.
- Radosavljevic, M., & Andjelkovic A. (2017). Multi-Criteria Decision Making approach for choosing business process for the improvement: upgrading of the Six Sigma methodology. *IGI Global*, 225-247.
- Situmorang, A.P. (2020, July 06). BI: penjualan *e-commerce* naik 26 persen selama pandemi virus corona. Diakses tanggal 04 Oktober 2021 dari <https://www.merdeka.com/uang/bi-penjualan-e-commerce-naik-26-persen-selama-pandemi-virus-corona.html>.
- Syafitri, I (2021, February 15). Pengertian flowchart beserta fungsi dan simbol-simbol flowchart yang paling umum digunakan. Diakses tanggal 25 Oktober 2021 dari <https://www.nesabamedia.com/pengertian-flowchart>.
- Wahyudi, M., Baiqhaqi, I., & Prihananto, P. (2020). Implementasi Six Sigma untuk perbaikan proses bisnis dan perancangan prosedur operasional standar: Studi Kasus pada Nasi Krawu Bu Tiban Gresik. *Jurnal Teknik Institut Teknologi Sepuluh November*, 9(2), 137-142.

- Wardhana, B., Pujotomo, D., & Nugroho, S. (2013). Usulan perbaikan proses bisnis dengan konsep Business Process Reengineering. *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 8(1), 59-72.
- Wasilah., & Karnila, S. (2018). *Pemodelan proses bisnis*. Lampung: Darmajaya Press.
- Wibowo, E.A. (2014). Pemanfaatan teknologi e-commerce dalam proses bisnis. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Riau Kepulauan Batam*, 1(1), 95-108.
- Widodo, W. (2021). Usulan perbaikan proses bisnis dengan metode Business Process Reengineering (Studi Kasus : Café Terminal Mie di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 1-13.
- Wuryasti, F (2020, September 02). Electronic commerce panen di masa pandemi. Diakses tanggal 04 Oktober 2021 dari <https://mediaindonesia.com/ekonomi/341479/e-commerce-panen-di-masa-pandemi>.
- Yustiani, R., & Yunanto, R. (2017). Peran marketplace sebagai alternatif bisnis di era teknologi informasi. *Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika*, 6(2), 43-48.

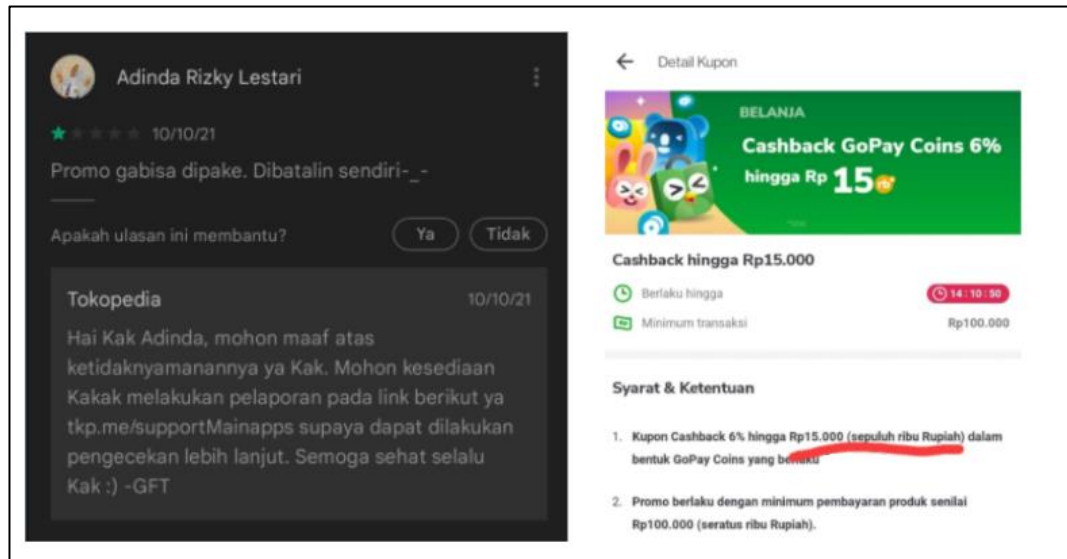


## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Pengenalan Sistem

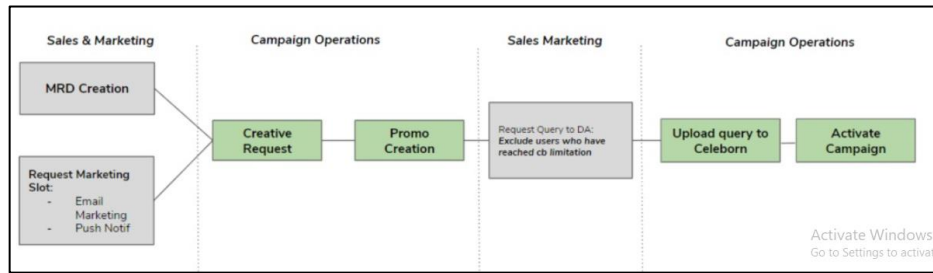


## Lampiran 2. Promo Issue/Error



**Contoh Promo Issue/Error pada Promo di Marketplace XYZ**

### Lampiran 3. Data Proses Bisnis Existing



### Dokumentasi Proses Bisnis Existing

No	Business Process Owner	Item	Proses
1	Senior Sales & Marketing PG Central (Retention Order & MUB Active)	Budget Plan	Pengerjaan budget plan
2	Senior Sales & Marketing PG Central (Retention Order & MUB Active)  Sales & Marketing Associate PG Central (PIC Ops–Retention Order & MUB Active)	MRD	Pengerjaan Marketing Requirement Document
3	Sales & Marketing Associate PG Central (PIC Ops–Retention Order & MUB Active)  Senior Producer-Offline & Brand Marketing PG General  PIC Branding Team	Internet Marketing Channel	Pengerjaan Internet Marketing Channel Sheet
4	Sales & Marketing Associate PG Central (PIC Ops–Retention Order & MUB Active)	Banner	Pengerjaan request banner ke tim creative

Lampiran 3. Lanjutan

No	<b>Business Process Owner</b>	<b>Item</b>	<b>Proses</b>
5	Senior Producer-Offline & Brand Marketing PG General  Graphic Designer Associate-Offline & Brand Marketing PG Central (Banner Creator)	Banner	Pengerjaan banner sesuai panduan
6	Sales & Marketing Associate PG Central (PIC Ops–Retention Order & MUB Active)  PIC Marketing-PG Central	Push notification	Pengerjaan marketing channel slot
7	Sales & Marketing Associate PG Central (PIC Ops–Retention Order & MUB Active)	Promo creation	Pengerjaan promo creation
		Catalog creation	Pengerjaan catalog creation
		Token creation	Pengerjaan token benefit creation
		Campaign creation	Pengerjaan campaign creation
8	Sales & Marketing Associate PG Central (PIC Ops–Retention Order & MUB Active)  Data Analyst PG Central	User query	Pengerjaan request user query ke Data Analyst.
9	Sales & Marketing Associate PG Central (PIC Ops–Retention Order & MUB Active)  PIC Marketing-PG Central	Push Notification	Pengerjaan pengisian push notifications.
10	Sales & Marketing Associate PG Central (PIC Ops–Retention Order & MUB Active)  Service Recovery PG General & RGX	Promo Testing	Pengerjaan promo testing

Lampiran 3. Lanjutan

No	<b>Business Process Owner</b>	<b>Item</b>	<b>Proses</b>
11	Sales & Marketing Associate PG Central (PIC Ops–Retention Order & MUB Active)  Sales & Marketing Senior Lead Physical Goods-Central (SOS, Retention & Budgeting)	Promo Approval	Pengerjaan <i>promo approval</i>
12	Data Analyst PG Central	User Query	Pengerjaan penarikan <i>user query</i>
13	Sales & Marketing Associate PG Central (PIC Ops–Retention Order & MUB Active)  Senior Sales & Marketing PG Central (Retention Order & MUB Active)	User Query	Pengerjaan <i>upload user query</i> ke sistem
14	Sales & Marketing Associate PG Central (PIC Ops–Retention Order & MUB Active)  PIC Marketing-PG Central	User Query	Pengerjaan <i>update user query</i> untuk <i>push notification</i>
15	Growth Marketing Associate PG Central	Push Notification	Pengerjaan <i>setting schedule</i> untuk <i>push notification</i>
16	Sales & Marketing Associate PG Central (PIC Ops–Retention Order & MUB Active)	Campaign Update	Pengerjaan <i>campaign update</i>
17	Sales & Marketing Associate PG Central (PIC Ops–Retention Order & MUB Active)  Senior Sales & Marketing PG Central (Retention Order & MUB Active)	Campaign Approval	Pengerjaan <i>campaign approval</i>
18	Sales & Marketing Associate PG Central (PIC Ops–Retention Order & MUB Active)	Checking	Pengerjaan <i>checking MUBA</i>

Lampiran 3. Lanjutan

No	<b>Business Process Owner</b>	<b>Item</b>	<b>Proses</b>
19	<i>Sales &amp; Marketing Associate PG Central (PIC Ops–Retention Order &amp; MUB Active)</i>	<i>Monitoring</i>	Pengerjaan <i>monitoring</i> MUBA
20	<i>Senior Sales &amp; Marketing PG Central (Retention Order &amp; MUB Active)</i>  <i>Sales &amp; Marketing Associate PG Central (PIC Ops–Retention Order &amp; MUB Active)</i>  <i>PIC Marketing-PG Central Growth Marketing Associate PG Central</i>	<i>Result</i>	Pengerjaan penarikan data <i>result</i>
21	<i>Senior Sales &amp; Marketing PG Central (Retention Order &amp; MUB Active)</i>  <i>Sales &amp; Marketing Associate PG Central (PIC Ops–Retention Order &amp; MUB Active)</i>	<i>Result</i>	Pengerjaan analisis data <i>result</i>

#### Lampiran 4. Transkrip Wawancara

Wawancara dilakukan beberapa kali selama proses penyusunan laporan tugas akhir ini. Wawancara dilakukan dalam bentuk diskusi *online* melalui *meeting* maupun *chatting*. Diskusi dilakukan selama observasi proses bisnis melalui penjelasan proses bisnis *oleh stakeholder* beserta diskusi mengenai validasi identifikasi aktivitas bisnis dan *potential failure*. Diskusi juga dilakukan selama penentuan nilai *fmea* dan akar-akar penyebab dalam *fishbone diagram*. Terakhir, diskusi dilakukan untuk mem-validasi implementasi perbaikan apakah dapat diterapkan atau tidak.

No	Topik Pembahasan	Platform	Tanggapan Diskusi
1	Proses Bisnis Promo MUBA	Google Meet	Promo MUBA merupakan salah satu promo yang ditangani oleh tim <i>retention</i> dan dikerjakan setiap bulan yang dimulai pada pertengahan bulan.
			Promo MUBA merupakan salah satu promo dengan tipe kupon <i>injection</i> , artinya promo ditembakkan secara langsung kepada <i>user-user</i> tertentu.
			<i>User</i> tertentu yang dimaksud adalah pengguna <i>active</i> namun dalam kurun waktu 1 bulan terakhir belum melakukan transaksi atau belanja di aplikasi
			Tujuan <i>project</i> ini adalah untuk mendorong pengguna berbelanja setiap bulannya dengan menggunakan kupon promo MUBA
			Pengerjaan promo MUBA dimulai dari proses pengerjaan MRD, proses pengerjaan <i>creative request</i> , proses pengerjaan <i>marketing</i> , proses pengerjaan <i>promo</i> , <i>catalog</i> , <i>token benefit</i> dan <i>campaign management</i> , proses penarikan <i>performance data</i> hingga proses analisis hasil.
2	<i>Potential Failure</i> dalam promo MUBA	Google Meet & Whatsapp	Kesalahan yang sering terjadi dalam proses pengerjaan promo MUBA terdapat pada bagian operasionalnya. Biasanya kesalahan ini berupa kesalahan <i>setting</i> di <i>promo</i> , <i>catalog</i> , <i>token</i> dan <i>campaign</i> yang tidak sesuai dengan MRD. Kesalahan juga sering sekali terjadi pada bagian tim <i>creative</i> . Tim <i>creative</i> sering tidak memperhatikan panduan <i>request</i> dari tim bisnis. Selain itu, walaupun terdapat permintaan kepada <i>creative</i> untuk mengisikan <i>copy on banner</i> , namun <i>suggestion</i> yang diberi oleh tim <i>creative</i> sering tidak sesuai karena tidak memahami <i>objective</i> -nya.

Lampiran 4. Lanjutan

No	Topik Pembahasan	Platform	Tanggapan Diskusi
2	Potential Failure dalam promo MUBA	Google Meet & Whatsapp	<p>Kesalahan juga terjadi pada <i>push notification</i>. Hal ini bisa disebabkan karena tim <i>Growth Marketing</i> yang tidak memberi tahu ketika <i>push notification</i> yang diisi salah sehingga berdampak pada tidak adanya <i>push notification</i> pada saat itu. Pernah juga terjadi <i>error</i> saat promo sudah <i>live</i> namun terjadi <i>issue</i> dimana pengguna dapat menggunakan kupon MUBA berkali-kali. Setelah ditelusuri hal ini disebabkan karena adanya kesalahan pada proses pengerjaan <i>user query</i> yang tidak sesuai di masing-masing <i>basecode</i>.</p> <p>Masalahnya, ketika terjadi kesalahan pada <i>promo</i>, <i>catalog</i>, <i>token</i> dan <i>campaign</i> namun baru diketahui mendekati <i>promo live</i>, maka proses perbaikannya harus melewati proses <i>testing</i> dan proses <i>approval</i> lagi.</p>
3	Validasi Aktivitas Bisnis dan Potential Failure	Google Meet	<p>Untuk aktivitas bisnis pada dasarnya sudah sesuai dan tepat. Ada tambahan saja, jadi sebelum membuat dokumen MRD di awal, sebenarnya ada proses lagi dimana <i>Senior Sales and Marketing</i> harus menentukan dulu <i>benefit plan</i> dan <i>time</i> Dari MUBA yang akan dijalankan. Untuk membuat rencana tersebut, biasanya dilakukan analisis <i>result</i> terlebih dahulu dan hasil <i>findings</i> itulah yang akan dituliskan dalam dokumen <i>budget plan</i>. Berdasarkan dokumen <i>budget plan</i> inilah, informasi MRD dibuat. Buat <i>value analysis</i> nya juga sudah sesuai.</p> <p><i>Potential failure</i> yang diusulkan untuk diamati sudah sesuai. Memang kesalahan utama yang harus diperhatikan sebenarnya dari MRD-nya sendiri. Jadi sebenarnya MRD ini harus benar-benar informasinya sudah valid. Apalagi untuk promo MUBA ini <i>basecode</i> nya cukup banyak sehingga rentan terjadi kesalahan apalagi jika terdapat perubahan <i>benefit</i> dari bulan sebelumnya. Namun ada juga kondisi dimana dari sisi MRD <i>creator</i> nya sudah benar, namun terdapat kesalahan dari sisi <i>promo creator</i> dan <i>stakeholder</i> lain. Misalnya <i>stakeholder</i> yang tidak memahami isi dalam dokumen MRD ini.</p>
4	Severity dan Detection pada Potential Failure	Google Meet	<p>Untuk kesalahan pengisian pada MRD, lebih baik diisi dengan angka 7. Memang, jika terjadi kesalahan dalam MRD menyebabkan terjadinya kesalahan di proses-proses lainnya. Namun sebenarnya prosesnya juga bisa saja tetap berjalan bahkan sampai <i>promo live</i> hanya saja pasti ada kerugian terlebih di bagian <i>marketing exposure</i> maupun <i>budgeting</i> nya yang tidak memenuhi OKR tim.</p>



Lampiran 4. Lanjutan

No	Topik Pembahasan	Platform	Tanggapan Diskusi
5	Severity dan Detection pada Potential Failure	Google Meet	<p>Untuk nilai <i>detection</i> boleh diisi dengan 4. Memang untuk kesalahan pengisian MRD ini cukup bisa dideteksi asalkan dari <i>stakeholder</i> bisa <i>notice</i> kesalahannya. Makanya, saat MRD dibuat, biasanya nanti dari MRD <i>creator</i> akan kirim <i>screenshot budget plan</i> terus nanti minta di <i>cross check</i> oleh <i>stakeholder</i>.</p> <p>Nilai <i>severity</i> dan <i>detection</i> pada <i>potential failure</i> lainnya juga sudah disetujui</p>
6	Brainstorming Fishbone Diagram	Google Meet & Whatsapp	<p>Bagian operasional seperti <i>promo creation</i>, <i>catalog creation</i>, <i>token benefit creation</i> sampai <i>campaign management</i> kebanyakan disebabkan karena kesalahan lanjutan dari MRD. Terus juga disebabkan karena pekerja kurang memahami isi MRD nya, mungkin karena pekerja baru atau belum familiar dengan <i>internal tools</i>, mengingat <i>fitur setting</i> pada <i>internal tools</i> yang juga sangat banyak dan beragam.</p> <p>Pekerja juga biasanya melakukan perbandingan <i>setting</i> dari promo sebelumnya jadi kadang juga terjadi salah <i>setting</i> di promo sebelumnya yang seharusnya tidak di-<i>edit</i> lagi. Selain itu, kalau misalnya <i>workload</i> lagi banyak, untuk <i>promo</i> dan <i>catalog</i> itu langsung di-<i>clone</i> terus di <i>adjust</i> sesuai isi MRD. Nah proses <i>cloning</i> ini sebenarnya cukup <i>tricky</i>, karena cenderung <i>mised</i> di beberapa informasi yang harusnya menyesuaikan dengan MRD baru. Jadi memang harus diperhatikan baik-baik.</p> <p>Untuk proses <i>creative</i> letak kesalahannya bisa dari sisi <i>requestor</i> nya yang tidak memberikan panduan dengan baik, dan juga dari sisi tim <i>creative</i> nya yang tidak memperhatikan panduan dengan baik. Apalagi dikarenakan proses pengerjaan <i>banner kupon</i> itu dibuat oleh <i>Graphic Designer</i> yang tidak berkoordinasi sama sekali dengan <i>requestor</i>, jadi kalau <i>Creative Producer</i> salah meneruskan panduan, maka rentan salah.</p> <p>Selain itu, tim <i>creative</i> juga tidak melakukan <i>cross check</i> antara <i>copy banner</i> dengan MRD jadi semua informasi itu hanya didasarkan atas <i>detail</i> panduan dari <i>requestor</i> saja.</p>

Lampiran 4. Lanjutan

No	Topik Pembahasan	Platform	Tanggapan Diskusi
6	Brainstorming Fishbone Diagram	Google Meet & Whatsapp	<p>Kesalahan pengisian <i>push notification</i> juga disebabkan karena dari <i>requestor</i> tidak paham cara isinya terus juga bisa diedit oleh pekerja karena data PN yang cukup banyak dan <i>open to all access file</i>-nya. Terus juga bisa disebabkan karena kurang tahu <i>flow</i> pengisian dari <i>push notification</i> ini terutama untuk <i>user query</i> yang melebihi 1 juta itu harus di-<i>split</i> terlebih dahulu, dan di-<i>provide</i> maksimal h-1 hari sebelum <i>promo live</i>.</p> <p><i>Potential failure</i> ini bisa disebabkan karena <i>workflow</i> nya yang memang masih belum tergambar dengan jelas, belum ada proses baku yang menggambarkan fungsi-fungsi masing-masing <i>stakeholder</i>. Sehingga diperlukan adanya perbaikan proses bisnis yang baku.</p> <p>Karena bekerja di depan laptop terus, biasanya pekerja di PT.XYZ sering menemukan kesalahan aktivitas karena tidak teliti, disebabkan karena kondisi pekerja yang bekerja di depan laptop seharian jadi kadang membuat mata menjadi sakit. Ini juga disebabkan karena situasi sekarang yang lagi <i>pandemic</i>, dan kebijakan dari perusahaan juga mengharuskan kerja WFH, seringkali sebagai pekerja merasa jenuh karena tidak bersosialisasi dengan pekerja lain, terus ditambah lagi sering <i>multitasking</i> apalagi kalau terdapat banyak <i>meeting</i> yang mengharuskan pekerja untuk bisa fokus. Terus juga sering terkendala karena jaringan, apalagi waktu akses <i>internal tools</i> itu harus dipastikan VPN nya dalam kondisi stabil.</p>
7	Usulan Implementasi Perbaikan Proses Bisnis	Google Meet	<p>Usulan perbaikan mengenai pemodelan proses bisnis disetujui. Perbaikan dapat digunakan untuk <i>MUBA General</i> (Gratif 1.0). Sudah sesuai dengan <i>flow</i> dasar dari proses pengerjaan MUBA dan juga cocok untuk dijadikan sebagai panduan dalam menggambarkan proses pengerjaan MUBA agar lebih mudah dipahami masing-masing <i>stakeholder</i>.</p> <p>Usulan perbaikan mengenai pembuatan SOP dan WI untuk <i>setting promo</i>, <i>catalog</i>, <i>token</i> dan <i>campaign</i> juga disetujui. Terlebih untuk informasi implementasi MRD dengan <i>promo</i>, <i>catalog</i>, <i>token</i> dan <i>campaign</i> memang diperlukan agar pekerja bisa memahami cara mengerjakan <i>promo</i>, <i>catalog</i>, <i>token</i> dan <i>campaign</i> sesuai MRD, melihat bagian operasional ini juga cukup penting dalam proses pengerjaan promo MUBA. Pembuatan SOP dan WI ini juga digunakan untuk mengendalikan proses bisnis yang telah dirancang.</p>

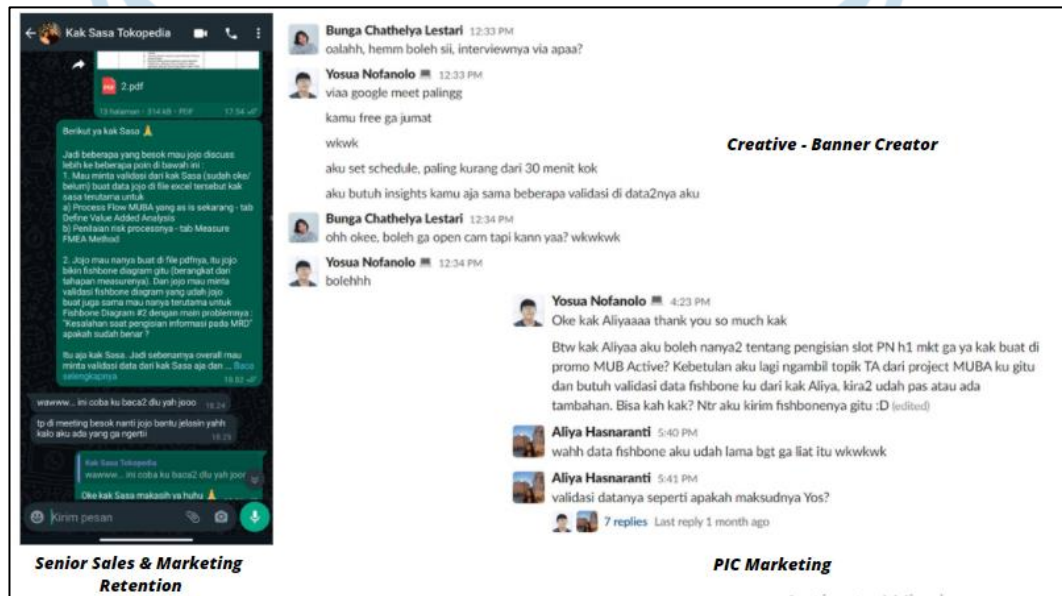
Lampiran 4. Lanjutan

7	Usulan Implementasi Perbaikan Proses Bisnis	Google Meet	<p>Usulan perbaikan untuk melengkapi dokumen MRD dengan <i>highlight</i> lengkap disetujui, karena lebih memudahkan pekerja untuk <i>notice</i> kesalahan dalam dokumen MRD. Selain itu usulan mengenai disediakanya <i>template</i> khusus untuk MRD buat promo yang <i>benefit</i> nya tidak sesuai dengan promo sebelumnya juga disetujui. Jadi nanti dokumen kosong ini akan memudahkan <i>MRD creator</i> agar bisa melakukan pengisian <i>MRD</i> dengan gampang dan harapannya tidak <i>missed</i> informasi lagi.</p> <p>Prosedur pengecekan <i>project promo</i> MUBA juga disetujui. <i>Checklist</i> dikembangkan dari yang sudah ada, yaitu dilengkapi sesuai dengan informasi pada <i>setting promo intools</i>.</p>
Link Dokumentasi			<p><a href="https://studentsuajyac-my.sharepoint.com/:v:/g/personal/180609891_students_uajy_ac_id/EU14_RFilgJMpbKIAvABL4EBjAa5AOLsLeE7uEjs8IVyEA?e=pJURAw">https://studentsuajyac-my.sharepoint.com/:v:/g/personal/180609891_students_uajy_ac_id/EU14_RFilgJMpbKIAvABL4EBjAa5AOLsLeE7uEjs8IVyEA?e=pJURAw</a></p> <p><a href="https://studentsuajyac-my.sharepoint.com/:v:/g/personal/180609891_students_uajy_ac_id/EVjlqPV7plhNj02VZxQA-lcBrTNdVfDxVpUUCF86sdY1DA?e=mnchvX">https://studentsuajyac-my.sharepoint.com/:v:/g/personal/180609891_students_uajy_ac_id/EVjlqPV7plhNj02VZxQA-lcBrTNdVfDxVpUUCF86sdY1DA?e=mnchvX</a></p>

Lampiran 5. Bukti Screenshot Chat dengan Stakeholder



Peretujuan Topik Tugas Akhir

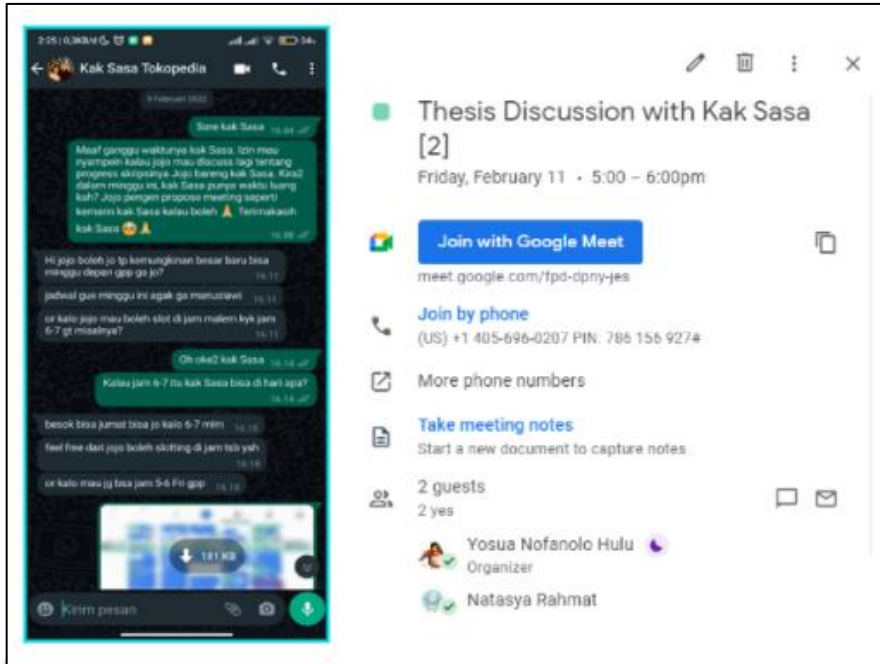


Senior Sales & Marketing Retention

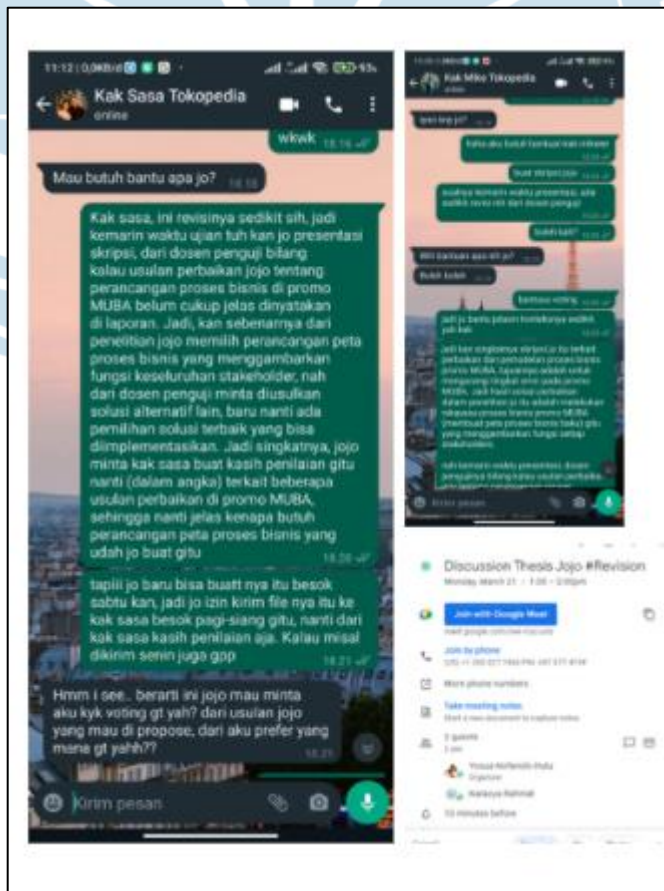
Creative - Banner Creator

PIC Marketing

Permintaan Diskusi Untuk Data Penelitian



**Diskusi Usulan Perbaikan dan Pemodelan Proses Bisnis**



**Permintaan Diskusi Untuk *Review* RPN**