SHIFT INDONESIA

Your Operational Excellence Guide

IDR 40.000,-
ISSN 2355-6714

OPEXCON AWARD 2019

INILAH PERUSAHAAN-PERUSAHAAN INDONESIA YANG SUKSES MELAKUKAN INOVASI DAN EFISIENSI

Langkah Tokopedia Membangun Operational Excellence

KLA Program Menjadi Strategi SGM untuk Growth

Outlook Ekonomi 2020 Indonesia Rentan Terkoreksi

This is what we call here at SSCX
the Bolder Result

SSCX

SSCX is a leading Asia-based productivity and operational excellence consulting firm operating within a truly global network. Whether you are a Fortune 500 company or a small local-manufacturer, we have deployed uniquely tailored solutions to each scale, industry, and challenge.

Our solutions produced results and we can do the same for your company. Our specialty is consistently delivering breakthrough results that make businesses more efficient and productive, cost-effective and achieving operational excellence.

This is what we call here at SSCX *the Bolder Result.*

Lean Manufacturing

Six Sigma

Total Productive Maintenance

Consulting and Training

For Consulting Queries:

PT SSCX International
Menara Rajawali 8th Floor
Jl. Dr. Ide Anak Agung Gde Agung, Mega Kuningan, Jakarta 12910 INDONESIA
P: +62 21 576 3020 **F:** +62 21 576 3019 **E:** info@sscx.asia

www.sscxinternational.com

SHIFT INDONESIA
Your Operational Excellence Guide

Direktur Utama
Ferdinan Hasiholan

Pemimpin Redaksi
Desi Setiana

Sirkulasi & Pemasaran
Aldila Leksana Wati

Produksi
Kornelius Yanuar

Iklan & Promosi
James Raymond
Dedeh Mardiyah
Dewi Yanti

Keuangan
Yustiana Eka Pratiwi

Penerbit
PT. SSCX International

Alamat Redaksi
Menara Rajawali, Lt. 8
Jl. Dr. Ide Anak Agung Gde Agung
Mega Kuningan Lot 5.1
Jakarta 12950

Email
redaksi@shiftindonesia.com

Telepon
021 5763020
0878 5763 0200

Website
www.shiftindonesia.com

Social Media
SHIFT Indonesia
@shiftindonesia
@shiftindonesia.co
SHIFT Indonesia
SHIFT Indonesia

Ferdinan Hasiholan
Direktur Utama

SALAM REDAKSI

Perubahan yang cepat menjadi salah satu pendorong perusahaan untuk segera melakukan transformasi. Dengan kata lain, perusahaan harus memiliki solusi yang cepat dieksekusi dan fleksibel diadaptasi sesuai kondisi pasar. Memposisikan perubahan sebagai keniscayaan, pelaku bisnis diharapkan mampu berpikiran terbuka, menggerakkan bisnis ke posisi yang menguntungkan, melakukan efisiensi dan efektivitas untuk memenangkan persaingan. Inilah pesan yang disampaikan oleh Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesi Johnny G. Plate ketika hadir membuka acara OPEXCON 2019 beberapa waktu lalu.

Menurut Menteri Johnny, agar Indonesia menjadi bangsa pemenang setiap orang harus bisa mengambil peran. Dalam konteks ini, SHIFT Indonesia berkomitmen tinggi mendukung kemajuan industri tanah air dan berkontribusi nyata sesuai peranan dan kapasitas yang dimiliki sebagai perusahaan media. Setiap harinya, SHIFT Indonesia terus meng*campaign*, menumbuhkan kesadaran akan pentingnya *operational excellence* bagi bisnis dan membangkitkan semangat juang pelaku bisnis dalam hal berinovasi dan bertransformasi agar bisnis tetap relevan dan kompetitif di pasar global. Keseriusan ini juga tertuang melalui *annual event* OPEXCON yang secara keseluruhan akan kami ulas di edisi ini. Rangkaian acara OPEXCON dimulai dengan sesi *Awarding* yang diberikan langsung oleh Menteri untuk mengapresiasi perusahaan-perusahaan yang berhasil mencapai efisiensi melalui *improvement*, mulai dari sektor industri jasa, manufaktur, dan energi. Acara ini menjadi puncak dari rangkaian *OPEXCON Project Competition 2019* yang mana para finalist sebelumnya telah melalui proses panjang untuk mendapatkan predikat pemenang dalam kompetisi proyek pertama dan paling bergengsi ini. Kami mengucapkan selamat kepada seluruh pemenang dan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung acara ini hingga akhir - dewan juri, sponsor, media partner, dan lebih dari 500 peserta yang berpartisipasi. Semoga kita bisa kembali bertemu di gelaran OPEXCON tahun depan.

Penasaran siapa saja perusahaan pemenang OPEXCON Award tahun ini? *Insight* apa yang dibawakan oleh para pembicara inspiratif di seminar OPEXCON? Anda bisa mendapatkan ulasannya disini, di Majalah SHIFT Indonesia Edisi Khusus OPEXCON 2019.

Selamat Membaca!

Shift Indonesia adalah majalah dengan sirkulasi terbatas, didistribusikan langsung kepada komunitas operational excellence di Indonesia. Kami memiliki hasrat besar untuk terus tumbuh dan berkembang. Saran serta kritik pembaca akan sangat kami hargai sebagai bantuan dalam meraih hasrat tersebut. Silahkan layangkan email anda ke: **redaksi@shiftindonesia.com**

Terminologi dan isitlah yang digunakan dalam majalah ini adalah kombinasi antara Bahasa Indonesia (utama) dan Bahasa Inggris. Untuk kata dan kalimat yang menurut kami lebih mudah dipahami dalam bahasa asing akan tetap menggunakan bahasa asing tersebut.

Hak Cipta dilindungi Undang Undang. Majalah ini diterbitkan oleh PT. SSCX International.
Untuk berlangganan, kirimkan email ke: redaksi@shiftindonesia.com. ISSN: 2355-6714

"It's an honor to introduce you two."

COVER STORY

12 9 Perusahaan Paling Inovatif di Tahun 2019

18 Mengapa Harus OPEX ?

4 Key Insights dari Pembicara OPEXCON 2019 20

28 Outlook Ekonomi 2020, Indonesia Rentan Terkoreksi

31 Melakukan Changeover dengan Cepat Menggunakan SMED

33 Karakter Kepemimpinan yang Paling Dicari di Era Digital

38 OEE, Strategi Efektif Mempertahankan Bisnis

41 Mencegah "Lost Time", si Biang Kerok Kerugian

43 BOOK
Sedang mencari buku baru? Yuk, lihat rekomendasinya disini!

44 TRAVEL
4 Cara Menarik Rayakan Tahun Baru 2020

45 TECHNO
Asus ROG Phone 2 Resmi Dipasarkan di Indonesia

**“Indahnya nusantara selalu terngiang,
tak ingin berpaling selalu rindu.
Sungguh cepat IPTEK berkembang,
kiprah OPEXCON jangan sampai berlalu,”**

**Johnny G. Plate, Menteri Komunikasi
dan Informatika Republik Indonesia**

3 Aplikasi e-commerce yang paling banyak digunakan di Asia Tenggara

Sebuah penelitian baru-baru ini menunjukkan bahwa Shopee, Lazada dan Tokopedia menjadi aplikasi belanja *online* (*e-commerce*) yang paling banyak digunakan dan diunduh pada kuartal tiga tahun 2019 di Asia Tenggara.

Berdasarkann penelitian App Annie dan iPrice Group yang dikutip SHIFT dari Entrepreneur, Lazada menempati peringkat pertama di Malaysia, Filipina, Singapura, dan Thailand, sementara Shopee memimpin di Vietnam dan Indonesia. Baik Lazada ataupun Shopee, menjadi dua aplikasi yang paling banyak diunduh dan memiliki pengguna aktif (bulanan) tertinggi di wilayah Asia Tenggara. Sementara di Indonesia, Tokopedia memiliki *traffic website* sebesar 25 persen, menjadi yang paling banyak dikunjungi, diikuti oleh Shopee di angka 22 persen.

Pesatnya perkembangan internet dalam beberapa tahun terakhir mendorong pertumbuhan perusahaan berbasis internet tidak terkecuali di kawasan Asia Tenggara. Studi yang dilakukan oleh Google, Temasek dan Bain&Co menemukan bahwa tahun 2019 ini ekonomi internet naik tiga kali lipat dalam empat tahun terakhir mencapai $100 miliar. Demikian juga dengan pasar perdagangan *online* di Asia Tenggara yang tumbuh tujuh kali lipat sejak 2015 menjadi $ 38 miliar di tahun 2019, dan diperkirakan mencapai angka $ 150 pada tahun 2025.

Diskon besar-besaran dan pengiriman hari yang sama menjadi salah satu pendorong pertumbuhan situs belanja *online*. Laporan dari Google Trends mengatakan bahwa pencarian voucher, kupon, dan promosi yang biasanya diberikan oleh *platform* belanja *online* meningkat lebih dari dua kali lipat dalam empat tahun terakhir.

Datsun Diisukan Berhenti Produksi

Kabar ini ramai dibicarakan publik setelah Direktur Industri Maritim, Alat Transportasi dan Alat Pertahanan Kementerian Perindustrian Putu Juli Ardika kepada awak media membenarkan kabar Datsun bakal berhenti produksi awal 2020 di Indonesia.

Menurutnya persaingan yang ketat di pasar otomotif Tanah Air, membuat penjualan Datsun tidak mencukupi skala bisnis. Selain itu, faktor pemilihan umum yang dihelat tahun ini juga berdampak pada penjualan kendaraan. Kemudian, keputusan Datsun untuk bermain di pasar lokal juga menjadi strategi yang dianggap tidak tepat.

Hingga artikel ini ditulis (2/12), Nissan belum memberikan pernyataan secara resmi terkait benar tidaknya kabar ini. Namun, jika kita mengacu pada angka *wholesales* Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo) pabrik Nissan sudah berhenti memproduksi Datsun sejak September 2019. *Head of Communication* PT Nissan Motor Indonesia, Hana Maharani kepada *Detikcom* mengkonfirmasi bahwa Nissan terus berkomitmen kepada pasar dan pelanggan di Indonesia. Namun saat diminta kepastian apakah Datsun akan tutup produksinya di Indonesia dirinya hanya mengatakan bahwa Nissan akan mengubah strategi bisnisnya di Indonesia sesuai dengan arah perkembangan pasar otomotif di Indonesia.

PT Asuransi AXA Indonesia (AXA General Insurance - AGI) dan PT Mandiri AXA General Insurance (MAGI) Resmi Merger

Berdasarkan Surat Keputusan OJK (Otoritas Jasa Keuangan) S-32/D.05/2019, PT Asuransi AXA Indonesia (AXA General Insurance – AGI) dan PT Mandiri AXA General Insurance (MAGI) resmi

beroperasi sebagai satu organisasi dan menyandang nama PT Mandiri AXA General Insurance. MAGI akan menjadi perusahaan asuransi yang bertanggung jawab terhadap pembayaran manfaat dan kewajiban terhadap polis aktif yang telah dikeluarkan oleh AGI. Penggabungan ini efektif per tanggal 1 Desember 2019 dan selama proses integrasi ini berlangsung, perusahaan akan memberi prioritas tinggi terhadap hak yang dimiliki setiap nasabah.

MAGI akan menjadi perusahaan asuransi umum dengan beragam jalur distribusi yang terintegrasi. Karena selain Bank Mandiri, MAGI juga akan memperkuat jalur distribusi melalui keagenan, broker, partnership, dan digital. Strategi ini tidak lain diambil untuk meningkatkan daya saing perusahaan juga memperkuat produk dan layanannya, baik dalam *commercial line* maupun retail.

Zurich Sah Kendalikan 80 Persen Saham Adira Insurance

Zurich Insurance Group (Zurich) kini menjadi pemegang saham pengendali PT Asuransi Adira Dinamika (Adira Insurance) setelah menyelesaikan proses akuisisi 80 persen saham Adira Insurance dari PT Bank Danamon Indonesia Tbk (70 persen) dan pemegang saham minoritas (10 persen). Dalam transaksi akuisisi ini, Zurich memiliki dua perjanjian distribusi jangka panjang masing-masing dengan Bank Danamon dan anak perusahaan Bank Danamon, PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk (Adira Finance).

Melalui investasi ini, Adira Insurance akan dapat mengakses keahlian internasional, kapabilitas digital dan manajemen risiko terbaik dari salah satu perusahaan asuransi terkemuka di dunia. Danamon Grup pun meyakini bahwa transaksi dan kemitraan ini menjadi bagian yang penting bagi Group. Investasi ini akan lebih memperkuat Asuransi Adira dan menambahkan nilai tambah bagi para pemegang polis serta para pemangku kepentingan lainnya.

Adapun hasil dari penjualan kepemilikan saham Asuransi Adira akan dialokasikan untuk memperkuat perusahaan termasuk infrastruktur peningkatan kualitas layanan nasabah Bank Danamon dan potensi penambahan pendapatan kepada pemegang saham Bank Danamon dalam bentuk dividen.

Meski Dapat PMN, 7 BUMN Ini Masih Rugi

Menteri Keuangan Republik Indonesia Sri Mulyani mengungkap bahwa ada 7 perusahaan BUMN yang masih rugi meskipun mendapatkan Penyertaan Modal Negara (PMN) periode 2015-2018. Ketujuh BUMN tersebut adalah PT Pertani, PT PAL Indonesia (Persero),PT Dok Kodja Bahari, PT Sang Hyang Seri, PT Dirgantara Indonesia (Persero) atau PTDI, Perum Bulog dan PT Krakatau Steel (Persero) Tbk.

Adapun kerugian yang timbul disebabkan oleh banyak faktor. Misal untuk PT Sang Hyang Seri dan PT Pertani yang bergerak di sektor pertanian masih merugi karena inefisiensi bisnis, beban bunga dan perubahan kebijakan pemerintah dalam mekanisme pengadaan benih. PTDI merugi karena pembatalan kontrak dan permintaan yang tidak mencapai target. PT Dok Kodja Bahari merugi karena beban administrasi dan umum yang terlalu tinggi yakni 58 persen dari pendapatan.

Mengacu pada pernyataan Menteri BUMN Erick Thohir, perusahaan BUMN berhasil menyumbang pendapatan negara sebesar 210 T tahun ini, namun keuntungan tersebut sebagian besar hanya dihasilkan oleh 15 perusahaan dari total 142 perusahaan.

SAYINGS

"What we need to do is always lean into the future; when the world changes around you and when it changes against you - what used to be a tail wind is now a head wind - you have to lean into that and figure out what to do because complaining isn't a strategy."
- Jeff Bezos

"It's not what the Vision is, it's what the Vision does."
- Peter M Senge

"We are what we repeatedly do. Excellence, then, is not an act, but a habit."
- Aristotle

"Perfection is not attainable. But if we chase perfection, we can catch excellence."
- Vince Lombardi

"If you want small changes in life, work on your attitude. If you want big and primary changes, work on your paradigm."
- Stephen Covey

"You should learn from your competitor but never copy. Copy and you die."
- Jack Ma

"If you pick the right people and give them the opportunity to spread their wings and put compensation as a carrier behind it you almost don't have to manage them."
- Jack Welch

"The gap between vision and current reality is also a source of energy. If there were no gap, there would be no need for any action to move towards the vision. We call this gap creative tension."
- Peter Senge

"Quality means doing it right when no one is looking."
- Henry Ford

"When you turn your problem into passion, your solution becomes success."
- Janna Cachola

THANK YOU to all of our partners, sponsors, speakers, and also audiences for your contribution on our annual event **"Indonesia Operational Excellence Conference And Award 2019"**. Your contribution has gone towards making this event a great success.

see you at

opexcon 20

We'll be announcing next year's location and date as soon as possible.

Organized by: SHIFT INDONESIA | Main Partner: SSCX | Sponsored by: PREMYSIS, Fortia, ALTIX, mekari

Media Partner:

MEDIA INDONESIA, medcom.id, INVESTOR DAILY, BERITA SATU MEDIA HOLDINGS, KORAN SINDO, SINDONEWS.com, TAMBANG, PORTONEWS, industry.co.id, WHAT'S NEW Indonesia

Dok. SHIFT Indonesia

9 Perusahaan Paling Inovatif di Tahun 2019

Pada hari Kamis (07/11), SHIFT Indonesia kembali menggelar *Indonesia Operational Excellence Conference And Award* atau lebih dikenal dengan OPEXCON 2019. Pada penyelenggaraan kali ini, SHIFT Indonesia mengambil tema *"OPEX 4.0 : Process Excellence, People Transformation & Digital Innovation"* dan dibuka langsung oleh Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (Menkominfo) Johnny G. Plate.

Menkominfo Johnny yang hadir mewakili Presiden Joko Widodo untuk membuka acara OPEXCON 2019 di Hotel Pullman, Jakarta Barat, menegaskan bahwa gambaran ekonomi Indonesia tidak sesuram seperti gambaran ekonomi global sehingga semua pelaku industri harus optimis menatap ke depan.

"Selalu ada *opportunity*, dan hari ini melalui OPEXCON, kita ingin mengambil peran dan meningkatkan produktivitas baik sebagai bangsa, sebagai korporasi, sebagai kelompok, bahkan sebagai individu. Melalui efisiensi dan efektivitas kita pasti menjadi pemenang," tegasnya.

Sementara itu, Chairman SHIFT Indonesia Ferdinan Hasiholan dalam sambutannya menyebut misi OPEXCON adalah membantu industri di Indonesia untuk terus memiliki dan meningkatkan daya saing bisnis sehingga mampu menghadapi segala bentuk ancaman dan persaingan yang sulit terprediksi seperti saat ini.

> **"Pelaku industri saat ini memiliki tiga pekerjaan rumah yang harus diselesaikan, yaitu bagaimana menciptakan proses bisnis yang handal, membangun SDM yang unggul, dan melakukan inovasi secara berkelanjutan," Ferdinan Hasiholan - Chairman SHIFT Indonesia**

"Melalui OPEXCON, SHIFT Indonesia ingin mengajak seluruh pelaku industri di Indonesia memiliki kesadaran bahwa lanskap industri saat ini sarat dengan perubahan. Perubahan ini terjadi seiring dengan perkembangan era konvensional menuju digital. Karena perubahan ini merupakan suatu keniscayaan, kita sebagai pelaku industri harus memiliki *mindset* yang terbuka sehingga dapat menangkap peluang yang ada. Diharapkan kegiatan ini bisa memberikan pengalaman baru dan *insight* baru bagi pelaku industri sehingga industri di Indonesia menjadi lebih berdaya saing", ungkap Ferdinan.

Adapun tema OPEXCON tahun ini *"OPEX 4.0 : Process Excellence, People Transformation& Digital Innovation"* sebagai refleksi bersama bahwa untuk menjadi pemenang di era yang penuh kompetisi ini perusahaan harus memiliki kesadaraan yang tinggi dalam aspek keunggulan operasi.

"Pelaku industri saat ini memiliki tiga pekerjaan rumah yang harus diselesaikan, yaitu bagaimana menciptakan proses bisnis yang handal, membangun SDM yang unggul, dan melakukan inovasi secara berkelanjutan. Ketiga aspek ini merupakan *critical point* bagi perusahaan untuk mencapai keunggulan operasi sehingga mampu *sustain* dan tentunya menghasilkan profitabilitas bisnis," katanya.

OPEXCON merupakan acara seminar yang menjadi puncak dari seluruh rangkaian OPEXCON Project Competition 2019, yakni sebuah kompetisi *improvement* terbesar yang digagas oleh SHIFT Indonesia dan sudah digelar sejak tahun 2012.

Pada pelaksanaan OPEXCON kali ini, menghadirkan pembicara *VP of People* Tokopedia Nanang Chalid, COO Astra Motor Octavianus Dwi P.P, Direktur Produksi Waskita Beton Precast Yudhi Dharmawan, *Factory Manager* PT Sarihusada Generasi Mahardhika (SGM) Arif Sosiawan, dan Ekonom INDEF Bhima Yudhistira.

Rangkaian acara OPEXCON dimulai dengan sesi *Awarding* yang diberikan langsung oleh Menteri untuk mengapresiasi perusahaan-perusahaan atas capaian efisiensi yang berhasil mereka dapat melalui program perbaikan proses, mulai dari sektor industri jasa, manufaktur, dan energi. Sesi ini juga menjadi puncak acara *OPEXCON Project Competition 2019* yang mana para finalist sebelumnya telah melalui proses panjang untuk mendapatkan predikat pemenang dalam kompetisi ini. Kompetisi tahun ini terbagi menjadi dua kategori - pertama, kategori *service* dan kedua, kategori *manufacture & energy*. Siapa saja perusahaan yang menerima penghargaan *Gold Achievement*, OPEXCON Award 2019 sebagai pelaku *"Best Improvement of The Year"*. Berikut daftar lengkapnya :

Kategori Service

1. PT. Astra International Tbk - Honda (HSO Denpasar)
2. PT. Jalan Tol Seksi Empat
3. PT. Bank Central Asia Tbk
4. PT. Waskita Karya (Persero), Tbk

Kategori Manufacture & Energy

1. PT. Sajang Heulang (Minamas Plantation)
2. PT. Dua Kelinci
3. PT. Surya Toto Indonesia
4. PT. Sarihusada Generasi Mahardika (SGM)- Danone ELN Group
5. PT. Pembangkitan Jawa Bali UP Muara Tawar

SHIFT Indonesia merupakan perusahaan media yang menjadi referensi utama bagi para pelaku bisnis khususnya pegiat *improvement* di Indonesia. Dengan mengusung *"Your Operational Excellence Guide"* sebagai tagline, SHIFT Indonesia berkomitmen untuk terus mendukung kemajuan industri tanah air sehingga

> **"Melalui efisiensi dan efektivitas kita pasti menjadi pemenang,"**
> **Johnny G. Plate - Menteri Komunikasi dan Informatika RI**

Dok. SHIFT Indonesia

lebih berdaya saing. Salah satu bentuk komitmen tersebut hadir melalui OPEXCON, acara tahunan yang difokuskan untuk membangun awareness tentang pentingnya aspek perbaikan proses bagi bisnis sekaligus menjadi wadah bagi perusahaan untuk terus bersemangat menjalankan *improvement* secara berkelanjutan.

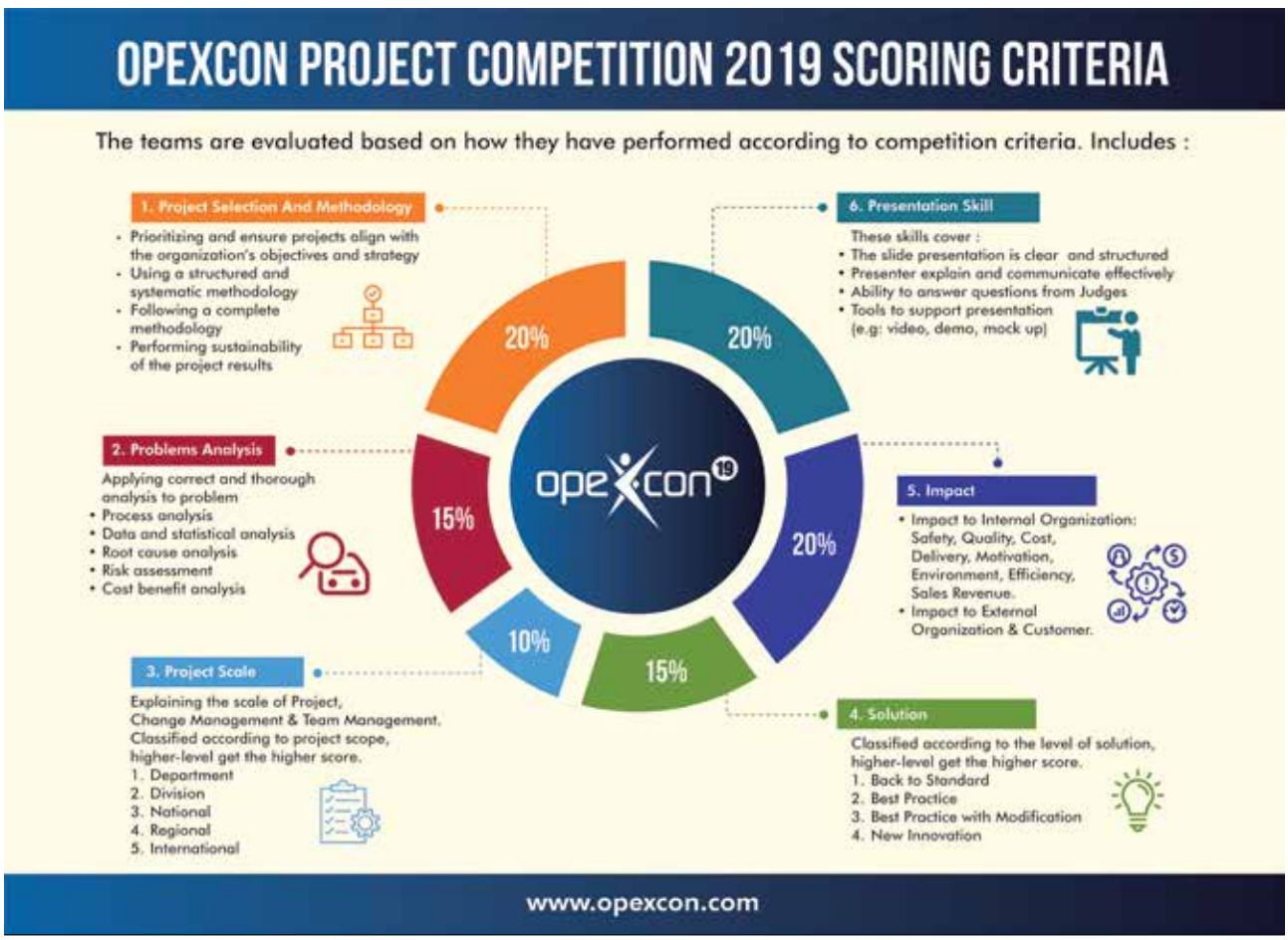
Proses penjurian dilakukan secara objektif dengan mengusung konsep *triple helix*, yaitu melibatkan juri dari aktor pemerintah, praktisi, dan juga akademisi. Adapun dewan juri yang terlibat tahun ini adalah :

1. Prof. Dr. Ir. Dradjad Irianto M. Eng, Professor Institut Teknologi Bandung
2. Prof. Isti Surjandari, Ph.D, CQE, IPU, Professor Universitas Indonesia
3. Dr. Dion Dewa Barata, Direktur Perencanaan dan Pengembangan Inovasi, Universitas Pembangunan Jaya
4. Catur Basuki Rakhmawan, ST, M.SE, Kasubbid Kementerian Perindustrian RI
5. Siti Afiani Musyarofah, STP, MT, Kasubbid Kementerian Perindustrian RI
6. Sigit Iman Santoso,S.Si , CSSBB, Senior Consultant SSCX International
7. Riyantono Anwar, Partner SSCX International
8. Teguh Sujatno, Founder ALTIA Consulting Group

> ***"Banyak ide-ide out of the box dari peserta," Prof. Isti Surjandari, Juri OPEXCON***

Cara Penilaian

Dalam final penjurian ini, Dewan juri menilai proyek perbaikan berdasarkan enam kriteria, yaitu pemilihan tema proyek dan metodologi, analisa masalah, skala proyek, pemilihan solusi masalah, dampak yang dihasilkan, dan juga kemampuan presentasi peserta. Untuk lebih jelasnya simak infografis berikut ini:



Selama proses penjurian berlangsung, banyak peserta yang berhasil membuat Juri terpukau dengan ide-ide yang mereka bawa, sehingga sangat sulit untuk Juri dan panitia menentukan pemenang. Pasalnya, *score* mereka bersaing ketat. “Kita harus menentukan mana yang terbaik dari yang terbaik untuk menentukan juaranya. Semua peserta sejatinya adalah pemenang. Mereka semua telah membuktikan bahwa ide mereka telah membawa perubahan besar dan memberikan hasil yang signifikan bagi bisnis mereka. Tetapi kembali lagi karena ini kompetisi, jadi kami harus memilih,” ungkap Riyantono Anwar, juri *OPEXCON Project Competition 2019* yang juga menjadi *committee* OPEXCON tahun ini. Senada dengan Riyantono, Prof. Isti Surjandari juga menilai bahwa ada banyak ide yang inovatif dari para peserta, “Banyak ide-ide *out of the box* dari peserta”, akunya. Namun, seperti yang diungkapkan oleh Riyantono karena ini kompetisi maka Dewan Juri pun harus menentukan siapa pemenang baik di kategori *Service* ataupun *Manufacture & Energy.*

Seperti kita ketahui bersama, selain kompetisi yang terbagi dalam dua kategori berdasarkan sektor, penghargaan OPEXCON pun juga diberikan dalam dua kategori yaitu *Silver Achievement* dan *Gold Achievement*, yang mana ditentukan berdasarkan akumulasi nilai tertinggi yang diberikan oleh Dewan Juri.

Siapa saja pemenang OPEXCON Project Competition 2019? Mari kita simak dalam infografis berikut ini!

Gold Achievement Kategori Service OPEXCON Project Competition 2019

PT. Astra International Tbk - Honda (HSO Denpasar)
Project Leader :
I Gusti Ngurah Dharma Palguna
Judul Project : *Virtual Warehouse “MASPRO” sebagai Local System Tracking Part*

PT. Jalan Tol Seksi Empat
Project Leader :
Muhammad Syaiful
Judul Project :
Reduce Toll Ticket (Roll Paper Consumption) Average Ratio

PT. Bank Central Asia Tbk.
Project Leader : Hary Sidartha Setiawan
Judul Project :
Meningkatkan Jumlah Nasabah dengan Pembukaan Rekening melalui BCA mobile di PT BCA pada Tahun 2019

PT. Waskita Karya (Persero), Tbk.
Project Leader :
Mahmud Hariono
Judul Project :
Proyek Gedung Terminal Bandara Ahmad Yani (Paket 3) - Semarang

Silver Achievement Kategori Service OPEXCON Project Competition 2019

PT. Musi Lestari Indo Makmur (Palembang Indah Mall)
Vincentius Bonek Wibisono
Menurunkan Biaya Listrik Operasional Palembang Indah Mall

PT. Ladang Rumpun Suburabadi (Minamas Plantation)
Rachmadi B
To Reduce Oryctes sp (rhinoceros beetle) Invasion During Replanting

PT. Astra International Tbk - Astra Motor
Yoke Jessica — *CRM Focus*

PT. Astra International Tbk - Honda
Richard Adrian Tjokro
Maximizing Delivery Process For Parts Business Continuity

PT. BFI Finance Indonesia Tbk
Dinda Lesmana — *BFI E-Document*

PT. Gema Graha Sarana Tbk. (VIVERE Group)
Niky Purnama Putra
Reducing The Number Of Irregularities for Daily Worker by Implementing VIAS

PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Credit Operations Region XII Papua
Yusuf Tonael
Loan Transaction Integrated Administration

Gold Achievement Kategori Manufacture & Energy OPEXCON Project Competition 2019

PT. Surya Toto Indonesia
Project Leader : Hepi Susana
Judul Project :
Menurunkan Klaim Eksternal Masalah Bocor Pada Type TX608KNBR sebesar 12 Kasus Dalam Waktu 8 Bulan.

PT. Pembangkitan Jawa Bali UP Muara Tawar
Project Leader : Deri Dagi Wacono
Judul Project : *Modifikasi Taping Line Pipa Gas untuk Mengintegrasi Suplai Gas Bertekanan*

PT. Sajang Heulang (Minamas Plantation)
Project Leader : Jefri Setiawan
Judul Project : *To reduce the average loss of crude palm oil (CPO) in palm oil processing from 1.60% / FFB to 1.21% / FFB at Mustika Factory (Minamas Plantation) before 31 December 2018*

PT. Dua Kelinci
Project Leader :
Hadi Arianto
Judul Project :
Meningkatkan Yield Kacang Bersalut

PT. Sarihusada Generasi Mahardika (SGM)
Project Leader :
Hari Suryanto
Judul Project : *Reduce Losses Wetline TFD500*

Silver Achievement Kategori Manufacture & Energy
OPEXCON Project Competition 2019

PT. Chandra Asri Petrochemical, Tbk
Taufik Abdul Rahman
Menghilangkan Rateloss PP3 Pada Product HE 2.0 TF

PT. Wahana Duta Jaya Rucika
Jeremia Sinuraya
Meningkatkan Performance Rateline 14 Untuk Produk Rucika Standard

PT. Dankos Farma
Gunawan Wibisono
Reduce Cost Product Mixagrip

PT. Firmenich Aromatics Indonesia
Asep Firman Nugraha
Meningkatkan Yield Proses Produksi Durarome

PT. Styrindo Mono Indonesia
Hafizh Sidqi
Reduce SPD-1 Rateloss

PT. Boehringer Ingelheim Indonesia
Lupy Anggara
Reduce Time set up clean up of fette P2020 and Fette P220

PT. Indra Eramulti Logam Industri
Agung Mujiyono
Penurunan waktu reduksi tahap Slagging pada bahan baku Cell

Dok. SHIFT Indonesia

Selamat kepada seluruh Pemenang **OPEXCON Project Competition 2019**! Jika Anda yakin bisa menjadi *the next winner* OPEXCON, segera daftarkan proyek perbaikan Anda ke website resmi **OPEXCON** di **www.opexcon.com**, karena disinilah proyek perbaikan Anda akan dinilai secara langsung oleh dewan juri yang berpengalaman, Anda juga bisa mendapatkan *feedback* membangun langsung dari para "ahlinya".

Dok. SHIFT Indonesia

Mengapa Harus OPEX?

Setiap bisnis harus menghadapi banyak tantangan yang terus bergejolak, baik itu dari internal ataupun eksternal. Untuk itu, perusahaan perlu memahami pentingnya *operational excellence* bagi bisnis.

Perubahan kecil hingga dramatis yang berlangsung di pasar menjadi salah satu kekuatan pendorong perusahaan untuk segera melakukan transformasi bisnis secara *end to end*. Dengan kata lain, perusahaan harus memiliki solusi yang bisa cepat dieksekusi dan fleksibel untuk beradaptasi dengan kondisi pasar. Dengan memposisikan perubahan sebagai keniscayaan, pelaku bisnis harus mampu berpikiran terbuka, menggerakkan bisnis ke posisi yang menguntungkan, melakukan efisiensi dan efektivitas untuk memenangkan persaingan. Hal inilah yang disampaikan oleh Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Johnny G. Plate ketika hadir membuka acara OPEXCON 2019 beberapa waktu lalu.

Melalui pidato sambutannya, Menkominfo Johnny mengungkapkan bahwa akhir-akhir ini dunia global mengalami tantangan yang luar biasa, “Kita bisa mengetahui aksi-aksi unilateral, perang dagang, perang tarif antara negara-negara besar, negara-negara adidaya, Amerika Serikat VS Tiongkok, Brexit yang kepastiannya belum bisa kita bayangkan,” ungkap Bapak Menteri, “Pertarungan-pertarungan politik dimana-mana yang memberikan dampak potensi resesi dunia,” sambungnya.

Dalam menghadapi perubahan inilah para pelaku bisnis diminta untuk tetap optimis melihat peluang. “Gambaran ekonomi kita tidak sesuram seperti gambaran ekonomi dunia, karenanya optimisme harus ada,” kata Johnny. Sebab itu, setiap orang harus bisa mengambil peran dan menjadi pemenang di lanskap dunia bahkan ketika kondisi ekonomi cenderung mengkhawatirkan.

> **“Masa depan keunggulan operasional bukan lagi sekadar kata-kata seperti produktivitas, efisiensi, dan standarisasi semata. Tetapi lebih akan menjadi konsep seperti pertumbuhan, inovasi, dan penyesuaian**

"Selalu ada *opportunity*-nya dan melalui efisiensi dan efektivitas kita pasti menjadi pemenang", tegasnya.

Kita semua tentu sepakat dengan apa yang disampaikan oleh Bapak Menteri Johnny. Tetapi, bagaimana agar organisasi kita berhasil menyandang status kelas dunia, menjadi yang terbaik di dunia global, dan memiliki keunggulan di semua lini proses?

Jawabannya, Be Excellent!

Seperti kita ketahui bersama, harapan pelanggan terus meningkat seiring dengan semakin canggihnya teknologi dan masifnya digitalisasi. Teknologi baru dan inovasi yang terakselerasi inilah yang kemudian mengganggu semua industri, memunculkan ancaman persaingan baru.

Ketika persaingan baru ini memanas, yang menjadi pemenangnya adalah perusahaan yang memiliki kesadaraan mengenai keunggulan operasional (*operational excellence*). Mengapa? Karena perusahaan yang memiliki keunggulan operasi memiliki strategi bisnis yang lebih konsisten dan unggul dibanding pesaingnya.

Mereka mampu menjalankan bisnis dengan risiko operasional yang lebih rendah, biaya operasional yang lebih murah, dan pendapatan yang relatif lebih tinggi.

Seperti dikatakan oleh Ferdinan Hasiholan, Chairman SHIFT Indonesia bahwa, "Untuk menjadi pemenang di era yang penuh kompetisi ini, perusahaan harus memiliki kesadaraan yang tinggi dalam aspek keunggulan operasi. Mereka terus bergerak untuk bagaimana menciptakan proses bisnis yang handal, membangun SDM yang unggul, dan melakukan inovasi secara berkelanjutan. Ketiga aspek inilah yang akan membawa perusahaan *sustain* dan profit," jelas Ferdinan.

Tidak sedikit yang mengafiliasi keunggulan operasional dengan perbaikan proses secara berkelanjutan. Namun, sebenarnya lebih dari itu. Melalui perbaikan proses berkelanjutan, kita bisa membuat bisnis beroperasi dengan cara yang lebih efisien, dengan kata lain perusahaan bisa mengurangi biaya operasi secara bertahap, tetapi tidak ada garansi yang menjadim bisnis akan ikut tumbuh. Sementara perusahaan yang mengejar keunggulan operasi akan mengelola bisnis dan proses operasional secara sistematis dan juga melakukan pengembangan budaya yang tepat sebagai investasi. Tujuannya adalah untuk mengembangkan satu sistem manajemen yang terintegrasi dengan cara yang benar, karena setiap budaya selalu dibangun di atas integritas yang tinggi, menggunakan *mindset problem solving*, kerja tim, dan mendapat dukungan manajemen.

Mencapai Operational Excellence

Melalui keunggulan operasional, perusahaan dapat meningkatkan kinerja bisnis dan budaya perusahaan untuk tumbuh secara berkelanjutan dalam jangka panjang. Untuk itu penting bagi perusahaan untuk mengetahui bagaimana cara untuk mencapai keunggulan operasional tersebut. Berdasarkan informasi yang berhasil kami kumpulkan dari berbagai sumber, setidaknya ada tiga metode yang paling populer digunakan, yaitu *Lean Manufacturing*, *Six Sigma*, dan *Kaizen*.

Namun, keunggulan operasional bukanlah metodologi semata, artinya perusahaan juga harus menerapkan sejumlah prinsip yang berorientasi pada perubahaan pola pikir. Ini merupakan pencarian tanpa henti untuk menemukan cara meningkatkan kinerja dan profitabilitas. Menemukan uang dan meningkatkan kinerja di area yang biasanya tidak terlihat oleh perusahaan. Masa depan keunggulan operasional bukan lagi sekadar kata-kata seperti produktivitas, efisiensi, dan standarisasi semata. Tetapi lebih akan menjadi konsep seperti pertumbuhan, inovasi, dan penyesuaian. Karena seperti yang kita bisa lihat saat ini, dunia berubah dengan cepat daripada sebelumnya, dan bisnis Anda perlu mengimbanginya.

Dok. SHIFT Indonesia

> **"Tujuannya adalah untuk mengembangkan satu sistem manajemen yang terintegrasi dengan cara yang benar**

4 Key Insights dari Pembicara OPEXCON 2019

OPEXCON Conference and Award ke-8 sukses digelar di Jakarta pada tanggal 7 November lalu. Konferensi tahunan ini menjadi forum paling prestisius bagi pelaku bisnis tanah air khususnya mereka para pegiat *operational excellence*. Tahun ini, lebih dari 500 peserta bergabung di acara ini untuk mendengarkan paparan materi yang dibawakan langsung oleh para pembicara hebat. Mereka adalah *VP of People* Tokopedia Nanang Chalid, COO Astra Motor Octavianus Dwi P.P, Direktur Produksi Waskita Beton Precast Yudhi Dharmawan, *Factory Manager* PT Sarihusada Generasi Mahardhika (SGM) Arif Sosiawan, dan Ekonom INDEF Bhima Yudhistira.

Penasaran apa saja *insight* yang dibagikan oleh para pembicara di OPEXCON? Yuk, baca rangkuman seminar OPEXCON dari SHIFT Indonesia di bawah ini.

1 Employee Experience: Langkah Tokopedia Membangun Operational Excellence

VP of People Tokopedia, Nanang Chalid mengatakan bahwa di belakang produk Tokopedia yang sukses dan mampu membantu banyak orang, ada banyak orang hebat yang berkontribusi mewujudkannya. Oleh karena itu, "*people*" menjadi elemen yang sangat penting di bisnis Tokopedia.

"*Behind great product and company success, there are great people who made those product success happens*," ungkap Nanang. Tampil sebagai pembicara pertama di seminar OPEXCON, Nanang membagikan pengalaman menarik tentang manajemen *people* di Tokopedia. "Saya bicara tentang UX (*User Experience*) dan EX (*Employee Experience*)".

Menurut Nanang, EX yang keren sangat dibutuhkan untuk membuat orang bekerja penuh semangat. Ini sama halnya ketika perusahaan perlu menciptakan UX untuk peluncuran sebuah produk. "Nah, ini adalah persamaan. Untuk Tokopedia sendiri kita membangun *culture of excellence* atau *culture of innovation* dengan tiga hal: *culture* yang sangat *purpose driven*, *ways of working* yang sangat men-*deliver productivity*, dan kemudian yang terakhir adalah *physical workspace*," jelasnya.

Purpose - Driven Culture

Purpose - Driven Culture menjadi hal penting bagi Tokopedia karena saat ini perusahaan memiliki karyawan dari multi generasi, ada yang millenial dan ada juga yang kolonial. Namun,perusahaan menyadari

bahwa nanti dalam sepuluh tahun ke depan orang-orang millenial akan meregenerasi tempat kerja, tren inilah yang harus diantisipasi perusahaan dengan tepat. Menurut Nanang millenial memiliki karakter berbeda dibanding generasi lain, terutama dalam melihat *purpose* perusahaan. Mereka sangat peka terhadap tujuan perusahaan dan dampak apa saja yang diberikan perusahaan ke lingkungan atau komunitas di sekitarnya.

Untuk mengantisipasi tren ini, Tokopedia melakukan *purpose fit recruitment* atau menerapkan *screening purpose* pada saat merekrut *talent*. "Setiap kandidat karyawan akan mendapatkan pertanyaan tentang *purpose* mereka dan mereka akan menjawab semangat mereka apa. Semangat mereka itu yang akan membawa semangat perubahan di perusahaan," kata Nanang. Pada saat proses rekruitmen Tim HR akan melakukan observasi ketat untuk menemukan talent yang memiliki ide kreatif dan memiliki kecocokan dengan *purpose* yang dimiliki organisasi. Tidak berhenti diproses rekruitmen, setiap bisnis di Tokopedia juga ditantang untuk menemukan peluang yang menghasilkan pendapatan. "Dan itu ditanyakan ke semua orang, can you actually create *revenue*? Atau mungkin mereka yang menjadi *cost center* perusahaan akan ditanya bagaimana mengoptimalkan waktu mereka (lebih produktif)," ungkap Nanang.

Nanang juga menjelaskan bahwa tim HR perusahaan harus proaktif membuat *pipeline* sedalam mungkin. Untuk diketahui, saat ini Tokopedia telah memiliki koneksi ke 100 universitas dan juga ke komunitas-komunitas untuk mengakomodasi kebutuhan *talent* di organisasi mereka. Kemudian untuk masalah *culture*, VP of People Tokopedia ini mengatakan bahwa culture merupakan suatu hal yang harus terus dikampanyekan, disosialisasikan, dibuat visibel, bahkan ditulis dan diukur dalam kinerja manajemen.

People Centered - Workspace

Nanang menegaskan bahwa ruang kerja harus bersifat *people centered*, artinya harus bisa menjadi tempat untuk setiap orang dan setiap kebutuhan. Kalau kebanyakan kantor mengusung konsep *hot desking* atau benar-benar *qublicle*, Tokopedia lebih memilih untuk mengkolaborasikan keduanya. Semua orang memiliki *workdesk* masing-masing tetapi kalau mereka ingin berkolaborasi mereka bisa memanfaatkan ruang kolaborasi yang ada. Selain itu, perusahaan juga menyediakan *well being space* di kantor untuk mereka yang mau berolahraga.

Karena populasi terus berkembang, tim HR pun membuat inovasi baru, misal kebijakan untuk karyawan yang menjadi ibu baru. "Adalah *transitioning* setelah mereka cuti melahirkan, mereka bisa kerja setengah hari. Jadi empat jam ini yang kita bilang sebagai *ramp up policy*," ungkapnya. Kebijakan ini diambil karena manajemen memahami bahwa Ibu yang kembali ke perusahaan setelah cuti melahirkan sering "kaget" sehingga perlu adaptasi ulang.

Tokopedia juga menciptakan Nakama Clubs and Event. Program ini diharapkan bisa meningkatkan *engagement* karyawan (Nakama-red) sekaligus memberi pengalaman yang menyenangkan khususnya untuk para millenial sehingga tertarik *stay* di perusahaan. Seperti kita ketahui, generasi millenial memiliki sifat tidak sabaran dalam hal pekerjaan, "Jadi kalau mereka dapat *opportunity* lebih, pasti mereka akan berpikir ulang. Nah, menariknya kita juga melakukan *rehiring* alumni-alumni Nakama," lanjutnya. Rehiring ini dilakukan agar perusahaan bisa mendapatkan tim terbaik yang meet dengan *culture* perusahaan, sehingga memungkinkan perusahaan tumbuh dengan cepat.

Tokopedia adalah perusahaan platform berbasis teknologi yang didirikan oleh William Tanuwijaya dengan misi melakukan pemerataan ekonomi Indonesia secara digital. Pada tahun kesepuluh, Tokopedia memiliki 90 juta pengguna; 6,6 juta merchants; 4.700 karyawan; dan sudah menjangkau 97 persen kecamatan di Indonesia. Belum lama ini Tokopedia meluncurkan produk baru bernama "E-Samsat" Tokopedia. Fitur layanan ini adalah hasil kerjasama Tokopedia dengan layanan perpajakan di Indonesia untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor (PKB). Kini masyarakat bisa membayar pajak secara praktis, semudah membeli pulsa.

2 KLA Program Menjadi Strategi SGM untuk Growth

Siapa yang tidak kenal dengan susu SGM buatan PT Sarihusada Generasi Mahardhika (Sarihusada)? Kami tidak yakin jika masih ada yang belum mendengar produk ini.

Sarihusada telah beroperasi di Indonesia sejak tahun 1954 lalu, sebagai wujud nyata Program Kecukupan Protein Nasional yang diselenggarakan pemerintah Indonesia bersama Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB). Yang menjadi pertanyaan adalah, bagaimana Sarihusada bisa *sustain* dan tetap *growth* ketika muncul banyak pesaing? Bagaimana Sarihusada bisa menjual produk bernutrisi tinggi ke pasar dengan harga yang terjangkau?

Sebagai bagian dari Danone, Sarihusada memiliki sistem terintegrasi yang bernama Damaway (*Danone Management Way*) untuk mencapai bisnis yang unggul. Hal ini disampaikan oleh Arif Sosiawan, Factory Manager Sarihusada ketika mengisi acara OPEXCON.

"*Platform* ini terbagi dalam tiga grup, pertama adalah *vision*, kedua adalah *strategy*, ketiga adalah *goal*," ungkapnya. "*Goal* kami adalah *business operational excellence* yaitu bagaimana kami growth dengan *margin*, *sales*, dan *capability*. Bagaimana kami menjalankannya yaitu mulai dari visinya dulu. Visi kami adalah bagaimana memperbaiki nutrisi bangsa melalui produk-produk yang berkualitas tinggi untuk 1.000 hari pertama awal kehidupan. Nah, strateginya adalah KLA. Ada *kaizen*, *lean*, dan *autonomous*," lanjut Arif. Arif mengaku bahwa KLA program sejarahnya dibuat karena tim kesulitan menggunakan Damaway.

"Sangat susah untuk memakai Damaway, untuk mempermudah kami membuat KLA Program. Isinya apa? Kaizen, yaitu bagaimana kita *driving* terkait *compliance* dan *pride*. Isinya yaitu membangun *ownership* dengan *continuous improvement*. Kemudian *lean*, bagaimana kita *driving* terhadap *growth* dan *profit*. *Lean* ini *waste elimination*, kita meng-eliminating muda. Dan yang terakhir adalah *autonomous*, ini adalah terkait *driving agility* dan *capability*. Bagaimana *people* kita menjadi lebih *agile*," jelas Arif.

Lebih lanjut pemegang sertifikat *Green Belt* ini menegaskan bahwa *Ownership* adalah kata kunci dalam penerapan DaMaWay. Mereka memiliki 3 tingkatan berbeda:

Stage 0. I don't Care

Tidak ada standar, tidak ada keterlibatan Operator, semua keputusan diambil oleh management, organisasi dalam mode *reactive/fire fighting*.

Stage 1. I Own My Space

Zoning sudah diterapkan dan

Dok. SHIFT Indonesia

ARIF SOSIAWAN
Factory Manager PT Sarihusada Generasi Mahardhika (SGM)

operator terlibat dalam mengambil keputusan di area kerjanya seperti : penentuan *layout*, penataan alat kerja. Mereka juga terlibat dalam upaya untuk menekan *waste* (*waste of motion*). 5R menjadi program kunci.

Stage 2. I Own My Performance

Standard work sudah diterapkan. Operator memastikan kondisi kerja sesuai standar. Mereka terlibat dalam upaya untuk mengukur kinerja dan pencapaian target. Namun demikian, *problem solving* masih dilakukan oleh manajemen.

Stage 3. I Own My Continuous Improvement

Operator terlibat dalam *problem solving* dan *continous Improvement* di area kerjanya. *Tools* yang digunakan diantaranya *SMED*, *Kaizen*, *Six Sigma*; *vertical start up*; dan *benchmarking*.

Sarihusada sangat memfasilitasi kegiatan *improvement* di perusahaan. Bahkan, untuk monitoring suatu program *improvement* perusahaan secara khusus membuat yang namanya "*KLA Activity Tracking*". Aplikasi ini membuat semuanya menjadi *visible*, "Setiap teman-teman yang *register*, maka itu bisa ditracking dengan mudah. Idenya apa, *approval*nya, bahkan kemudian sampai dengan *rewarding*nya," ungkap Arif.

Selanjutnya untuk mengapresiasi prestasi yang berhasil diraih oleh tim *improvement*, Sarihusada mengadakan kompetisi internal bernama "MEGACON" atau *Manufacturing Excellence Golden Award Convention*. Pemenang di kompetisi internal inilah yang kemudian menjadi wakil perusahaan di OPEXCON. "Kami mulai ikut OPEXCON di tahun 2016, waktu itu dapatnya *Bronze*. *Alhamdulillah*, 2017 dapat *Gold*. 2018 dapat *Gold* dan ini tadi dapat *Gold* juga. Jadi hattrick di OPEXCON," kata Arif yang disambut riuh tepuk tangan dari peserta konferensi OPEXCON.

Seperti industri lainnya, Sarihusada juga menemui tantangan dalam hal perekrutan talent terlebih industri manufaktur kini bukan lagi menjadi departemen yang dianggap "seksi" di era digital ini. Agar tidak kalah kompetitif dan kalah menarik di mata millenial, Sarihusada pun mulai masuk ke otomatisasi dan industri 4.0. "Dari lima pilar yang ada di industri 4.0 kami akan fokus di tiga pilar dulu *IoT*, *Big Data*, dan *Cobot*," ungkapnya. Perubahan terhadap teknologi tentu menarik bagi generasi muda, namun penolakan dari generasi sebelumnya juga tidak bisa diabaikan. Untuk mengantisipasi hal ini, tim HR Sarihusada terus memotivasi dan meng*campaign* sistem dibuat bukan untuk mempersulit karyawan melainkan untuk mempermudah pekerjaan. " Itulah yang kita komunikasikan ke temen-temen," jelasnya. Selanjutnya perusahaan akan melatih mereka dan membawa mereka ke fasilitas lain yang menggunakan teknologi sama untuk melakukan *benchmarking*. "Dari sanalah kemudian *mindset* bisa segera berubah," lanjut Arif. Untuk diketahui, sejak 2005 lalu Sarihusada tidak pernah melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK) kepada karyawannya, bahkan ketika perusahaan melakukan transformasi sistem dan beralih ke otomasi.

Selain efisiensi biaya, Sarihusada dan Danone ELN Indonesia juga fokus dengan isu lingkungan. "Jadi bagaimana energi semakin kita *monitoring*, untuk bisa semakin lebih efisien tidak hanya tentang *cost* tetapi juga kita harus *nature friendly*," jelas Arif.

3 Bagaimana Waskita Beton Precast (WABP) Berlari Dengan Cepat

Tahukah Anda Waskita Beton Precast (WSBP) adalah satu-satunya *precaster* yang sudah memproduksi RISHA (Rumah Instan Sederhana Sehat) dengan kapasitas terbesar di Indonesia? Anak perusahaan PT Waskita Karya (Persero) Tbk ini berkomitmen untuk terus meningkatkan kapasitas produksi untuk bisa menjangkau pasar yang lebih luas. Seperti apa profil perusahaan plat merah yang berhasil membukukan nilai kontrak baru Rp3,10 triliun per semester I/2019 ini?

Bermula ketika PT Waskita Karya (Persero) Tbk, yang terus melakukan upaya terbaik, dengan melakukan inovasi dan terobosan agar dapat terus melaksanakan pembangunan proyek-proyek secara maksimal. Kala itu, Waskita Karya banyak mendapat kepercayaan dalam menangani mega proyek dan mendorong Waskita Karya untuk terus menemukan metode dan strategi pengembangan Perusahaan yang menjadikannya sebagai Perusahaan jasa konstruksi terkemuka.

Untuk mendukung hal tersebut, Waskita Karya melakukan inovasi dan terobosan dalam pengembangan usaha produksi beton dengan membentuk unit bisnis baru yang aktif beroperasi sejak 1 Januari 2013 dan pada tanggal 7 Oktober 2014 menjadi anak usaha baru bernama PT Waskita Beton Precast Tbk. (WSBP)

WSBP adalah perusahaan produksi beton *precast* dan *ready mix* dengan kapasitas produksi saat ini terbesar di Indonesia. Perseroan mencatatkan saham perdananya di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada 20 September 2016 dengan melepas 10,54 miliar lembar saham dengan harga penawaran Rp 490/saham. Oleh karena itu, Perusahaan memperoleh dana segar dari IPO senilai Rp 5,16 triliun dengan penjamin pelaksana emisi adalah PT Mandiri Sekuritas, PT Danareksa Sekuritas, PT Bahana Securities, dan PT BNI Securities.

Saat ini perusahaan mempunyai

YUDHI DHARMAWAN
Direktur Produksi Waskita Beton Precast

Dok. SHIFT Indonesia

kapasitas produksi sebesar 3,5 juta ton/tahun, dengan didukung oleh 11 *plant* serta mengelola 72 *batching plant* dan 5 *quarry*. Adapun sejumlah proyek besar yang telah diselesaikan dengan menggunakan produk *precast & readymix* WSBP, antara lain Jalan Tol Benoa Bali, Jalan Tol Gempol-Pasuruan, Jalan Tol Gempol-Porong, Jalan Tol Pejagan-Pemalang paket 1 dan 2, LRT Palembang, Jalan Tol Becakayu seksi 1b dan 1c, Terminal 3 Bandara Soekarno-Hatta, Jalur Khusus Busway Adam Malik, Underpass Palembang, dan lain-lain.

Dengan kinerja perusahaan yang terus bertumbuh, PT Waskita Beton Precast Tbk merasa perlu untuk berekspansi mengembangkan bisnis menjadi perusahaan perseroan. Hal tersebut yang mendasari perusahaan untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham (*Initial Public Offering/IPO*) di Bursa Efek Indonesia pada 20 September 2016 dengan melepas 10,54 miliar lembar saham dengan harga penawaran Rp 490/saham. Oleh karena itu, Perusahaan memperoleh dana segar dari IPO senilai Rp 5,16 triliun dengan penjamin pelaksana emisi adalah PT Mandiri Sekuritas, PT Danareksa Sekuritas, PT Bahana Securities, dan PT BNI Securities.

Berlari dengan Cepat

Menurut Direktur Produksi WSBP Yudhi Dharmawan, resep kesuksesan bisnis WSBP terletak pada kekuatan komunikasi dan Sumber Daya Manusia (SDM). Komunikasi ini harus terus dijaga baik itu dengan para pemegang saham maupun karyawan. Untuk menjaga komunikasi ini perusahaan membuat beberapa wadah diantaranya yaitu CEO Talk.

Sementara terobosan yang dinilai paling berpengaruh adalah pembangunan SDM. Untuk itu, WSBP terus berupaya membangun SDM perusahaan. “Kenapa? Kami merasakan bahwa SDM itu merupakan sesuatu yang paling penting. Ada orang cerita *the man behind the gun*, berarti apa? yang memegang senjata lah yang harus kita didik bukan senjatanya,” terang Yudhi. Selain membekali karyawan dengan pelatihan teknis, perusahaan juga ingin membangkitkan semangat militansi untuk itulah pelatihan kedisiplinan (rindam/bela diri) juga menjadi salah satu program wajib yang harus diikuti oleh semua karyawan di WSBP.

Kemudian untuk menghilangkan inefisiensi produksi, WSBP menggandeng perusahaan konsultan *operational excellence*, PT SSCX International, untuk membangun *Lean Production*. “Jadi kami kembali melihat diri, membuka diri, bahwa saat inilah kami harus membangun industri ini,” ungkapnya.

Menjadi perusahaan yang melesat, tidak cukup membuat WSBP merasa di atas angin. Menurut Yudhi meskipun dalam 5 tahun *revenue* perusahaan melejit bahkan menyalip kompetitor yang telah lama di industri ini, WSBP harus terus berinovasi. “Kita harus berfikir diluar kotak, *out of the box*. Dengan cara apa? Inovasi tentunya,” tegasnya. Untuk mendukung inovasi di perusahaan, WSBP pun membangun learning center dan laboratorium/ lab. Secara khusus perusahaan membangun lab di Karawang yang terdiri dari 3 lantai dengan luas total 1,1 ha dan luas bangunan 2.261 m2. Pembangunan lab ini merupakan langkah WSBP untuk semakin melengkapi lab-lab yang sudah dimiliki sebelumnya di setiap Plant. Lab yang aktif beroperasi pada Mei 2018 ini diperuntukkan untuk kegiatan penelitian guna menunjang lahirnya produk dan inovasi agar dapat terus melaksanakan pembangunan proyek-proyek secara lebih maksimal. “Jadi selain tumbuh, kita juga harus berkembang. Kita membangun *learning center* untuk menyiapkan SDM kita untuk lima tahun ke depan,”lanjutnya.

Agar tetap relevan dengan jaman, WSBP pun terus beradaptasi dengan perubahan termasuk digitalisasi. “Industri sekarang kalau tidak mengikuti jaman itu agak susah. Jadi kita harus selalu mengikuti jaman, inilah yang sedang kita lakukan dan akan kita lakukan,” katanya.

Untuk diketahui, perusahaan yang mengusung budaya IPTEX (*Integrity, Profesionalism, Teamwork & Excellence*) ini telah meluncurkan tiang pancang terbesar di Indonesia. “Tiang pancang dengan diameter 1,2 m, panjangnya 50 m, beratnya hampir 60 ton, tiang pancang ini spesialis untuk di laut,” ungkap Yudhi,

Dok. SHIFT Indonesia

4 Astra Motor Ciptakan "Value" Melalui Transformasi Digital

Dok. SHIFT Indonesia

OCTAVIANUS DWI
Deputy Chief Executive PT Astra International Tbk - Honda

Bagaimana sebuah *company* menghadapi tantangan di masa depan? Pertanyaan ini diajukan oleh Octavianus Dwi Prijanto Putro, Deputy Chief Executive PT Astra International Tbk - Honda (Astra Motor) mengawali sesinya di OPEXCON. Membawakan tema "*Creating Value Trough Digital Transformation*", pria yang akrab disapa Octa ini menjadi pembicara pamungkas yang menutup sesi seminar OPEXCON tahun ini.

Dalam seminarnya, Octa mengajak agar seluruh pelaku industri segera *do something* dalam merespons ancaman perubahan. Seperti kita tahu, teknologi digital telah mengubah kebiasaan konsumen. Konsumen saat ini menuntut *value*, kecepatan, kenyamanan, dan pengalaman yang berkesan. Ketika perusahaan gagal mengakomodir tuntutan ini maka besar kemungkinan konsumen akan pindah ke kompetitor. Berangkat dari kesadaran ini, Astra Motor - pemegang 78,5 persen *market share* atau nyaris 3/4 pasar kendaraan bermotor roda dua nasional terus mememikirkan cara untuk mengantisipasi perubahan konsumen *journey*.

"Kalau kami menghadapi kondisi secara normal, dimana market sharenya saat ini adalah 78,5 persen kita nggak ngapa-ngapain seperti ini pun *market share*nya sudah 78,5 persen. Tetapi kami sadar bahwa ancaman di depan bahwa perubahan yang kami alami, ini nggak gampang," katanya. Sebagai gambaran, Octa mencontohkan Gojek sebagai fakta dan fenomena baru yang mengganggu bisnis, bahkan ketika Gopay (lini bisnis pembayaran milik Gojek) berkembang, perbankan sekelas BCA pun ikut terdampak. "Sama halnya yang kita alami, yang kita pikirkan, yang kita antisipasi, contohnya bagaimana nanti kalau konsumen *journey* itu berubah, sebelum dia datang ke *showroom*, konsumen itu *searching google*, kemudian ada webnya motor bekas, ada webnya kompetitor dan segala macam jadi konsumen itu berubah nggak lagi datang langsung ke *showroom* tapi mencari info dulu. Bagaimana kita antisipasi itu?" lanjut Octa.

Sukses Bukan Hanya Tentang Produk

Dalam bisnis, produk merupakan penentu kesuksesan. Namun perlu diketahui bahwa masih banyak faktor lain yang berpengaruh. “Artinya ada hal lain yang lebih penting daripada sekedar produk di mata konsumen kita. Nah itu yang membuat akhirnya kami sadar, bahwa selain produk ada banyak faktor lain. Yaitu apa? Jaringan kita, kekuatan jaringan kita. Kemudian bagaimana kita melakukan strategi *demand supply* ya, kalau itu tadi *case*nya di *sparepart*, kalau konsumen banyak menunggu kemudian dia cari barangnya nggak ada, itu satu *point* yang harus kita beresin. Kemudian yang ketiga bagaimana kita membuat strategi marketing untuk memberikan *value* ke konsumen dan menangkap *behavior* serta kebutuhan mereka,” jelasnya.

Perubahan konsumen ini juga mendorong Astra untuk lebih mendalami tipikal pelanggan. Misal, merek Scoopy awalnya di*launching* untuk segmen retro namun di perjalanan produk ini diserap oleh pembeli dari berbagai segmen. Artinya, untuk satu produk tipe personal dan usia pembelinya bisa bermacam-macam. Dari sinilah perusahaan menyimpulkan bahwa dalam kaitannya dengan era digitalisasi, transformasi digital juga tidak tergantung dengan usia. “Mau millenial mau kolonial, t*hey have the same value* yang dibutuhkan. Jadi *basic needs*nya, *basic principle*nya sama ternyata. Nah, dengan pemahaman bahwa *basic need*nya ini sama, kami akhirnya pada kesimpulan tidak membedakan, yang berbeda adalah kesiapannya,” terangnya.

Membangun Hybrid Solution

Agar tetap relevan di era digital, Astra membangun customer apps sebagai inovasi sekaligus menjadi solusi bagi pelanggan. Namun, karena kondisi tertentu seperti masalah keterbatasan jaringan internet, misalnya, membuat aplikasi ini tidak bisa berjalan di semua tempat (jaringan) operasi Astra. Untuk menyelesaikan masalah ini, perusahaan pun mengambil langkah hybrid. “Kami ambil solusi namanya hybrid, jadi daerah yang sudah siap kita pakai customer apps, pakai sistem. Tetapi yang belum, bagaimana tetap tersambung meskipun *offline*. Di kami akan tetap menjadi satu pilihan strategi. *Even do* mereka bilangnya *offline hybrid*, bukan berarti meninggalkan *operational excellence*,” jelas Octa.

> ***“Digitalisasi bukan hanya tentang teknologi, tetapi ini bagaimana mengubah mindset dan behavior sebuah organisasi.”***

Untuk menyambungkan saluran online dengan offline perusahaan pun melakukan berbagai macam *improvement*. “Customer itu nyari informasi kadang kala pilihannya lewat internet dengan *search engine* atau mereka *call* ke kita. Nah untuk yang *call* ke kami, kami trigger dengan WA dengan *chatbot*. Begitu *stuck* di *chatbot* baru kita oper ke *sales force* atau *staf* yang lain. Tujuannya apa, satu waktunya *sales people* bisa dipakai untuk lebih produktif dan kedua kita bisa melakukan analisa untuk meng-*improve chatbot*,” terangnya.

Analisa untuk meningkatkan *chatbot* ini sangat penting dilakukan untuk mendukung produktivitas sales force. Ketika analisanya semakin baik, prosesnya akan dipersingkat, sehingga semakin banyak waktu untuk lebih produktif. Inilah yang ditekankan oleh Octa, bahwa yang terpenting dalam digitalisasi adalah membawa kemudahan bagi kedua belah pihak, termasuk produktivitas tim yang meningkat. Sebab, jika tidak maka tidak akan ada *buy in* dari customer maupun tim. Selanjutnya, untuk membangun total *customer experience journey*, Astra Motor juga menghadirkan teknologi QR. Teknologi QR ini juga diyakini menjadi solusi untuk mengangkat *resale value*. “Bayangkan kalau motor ini punya catatan dia pernah kemana saja, dipunyai siapa saja, *require service* nya apa saja, kemudian motor ini mau dijual tentunya pembeli akan lebih senang dan akan mengangkat *resale value*,” jelasnya.

Astra Motor mengambil *hybrid*, *online to offline*, atau *omni channel* sebagai strategi bisnis untuk mengintegrasikan semua layanan. Dalam hal ini, inovasi menjadi kunci penentunya. Lalu bagaimana agar inovasi bisa bergulir lancar? Menurut Octavianus, ada tiga hal yang harus diperhatikan organisasi untuk menjamin kelangsungan inovasi, yaitu *leadership*, *organization readiness*, dan *creativity*.

“Bagaimana *leadership direction* ini penting? Perubahan itu kadang susah di depannya tapi begitu orang sudah banyak tahu manfaatnya mau ikut menjadi lebih enak”, kemudian *organizational readiness*, “bagaimana kita intens, kita konsisten untuk berkomunikasi dan berdiskusi dan melakukan *training*.” Selanjutnya, *creativity*. “Nah, *creativity* ini bagaimana kita kemasnya, macam-macam untuk yang milenial begini, untuk yang kolonial itu beda lagi. Dan terakhir bagaimana kita melakukan inovasi dan PDCA (*Plan Do Check Action*) yang berjalan,” katanya.

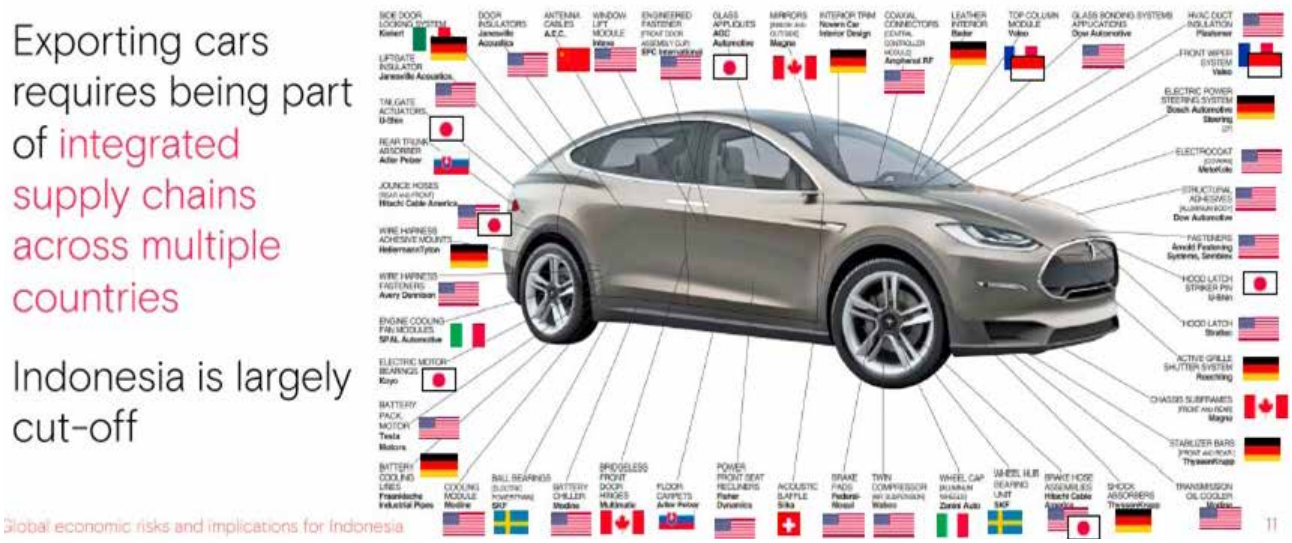
Outlook Ekonomi 2020, Indonesia Rentan Terkoreksi

"Jadi bukan sekedar operasional yang harus efisien, inovasi teknologi, tapi juga yang harus diantisipasi adalah perubahan global di *value chain*," Bhima Yudhistira, Ekonom INDEF

Ekonom INDEF Bhima Yudhistira Adhinegara menyinggung perubahan *global value chain* sebagai salah satu tren yang harus diwaspadai oleh para pelaku industri domestik maupun yang berorientasi pada eksport.

Hal ini disampaikan Bhima dalam agenda OPEXCON beberapa waktu lalu di Pullman Jakarta Central Park. "Jadi bukan sekedar operasional yang harus efisien, inovasi teknologi, tapi juga yang harus diantisipasi adalah perubahan global di *value chain*," jelas Bhima. Misalnya tren mobil listrik, "mobil listrik benar-benar menjadi tren di banyak negara maju, bahkan negara berkembang seperti China pun juga mulai investasi besar-besaran," lanjutnya.

Perubahan *value chain* ini tentu menjadi kabar baik bagi Indonesia, tetapi menurut Bhima Indonesia masih memiliki pekerjaan rumah yang besar untuk mengantisipasi perubahan tersebut. "Jadi yang ingin saya bilang adalah *value chain* berubah, berdasarkan data Bank Dunia 4.000-5.000 komponen mobil BBM akan hilang karena beralih ke mobil listrik. Tapi Indonesia (hanya) kebagian dua, bagian "*wiper*" karena mungkin butuh karet alamnya dari Indonesia. Sisanya, mulai dari aki, baterai, besi bajanya dan segala macam akan di*supplay* oleh negara lain," jelasnya. Sementara itu, negara tetangga seperti Malaysia dan Vietnam dinilai lebih siap.



Sumber : World Bank, 2019

"Jadi ini salah satu *challenge* tapi saya juga memberikan optimisme di tengah perubahan global, perubahan teknologi dan model, Indonesia harus lebih banyak masuk kesana," papar Bhima.

Sebelumnya Bhima mengatakan banyak kekhawatiran akan terjadinya resesi ekonomi secara global di tahun 2020. Akibatnya, banyak pihak yang memperdebatkan apakah Indonesia akan ikut terdampak resesi atau mengalami resesi itu sendiri, atau Indonesia masih cukup kuat bisa *survive*. Dalam kaitannya dengan hal ini, ada dua sisi yang harus kita ketahui bersama lebih dulu. "Kabar buruknya negara-negara tujuan utama ekport Indonesia khususnya China, kemudian Amerika Serikat, *outlook* pertumbuhan ekonomi (mereka) pada 2020 cenderung mengalami perlambatan, atau *slow down*. Sementara Jepang yang menjadi salah satu partner dagang, salah satu investor terbesar khususnya di sektor otomotif pertumbuhan ekonominya juga akan relatif *slow down*," jelasnya.

Tetapi meskipun pertumbuhan ekonomi Jepang relatif melambat, inflasi mereka masih relatif rendah karena sudah masuk dalam *aging population* atau penduduk lansianya relatif cukup besar. Kondisi inilah yang akan menguntungkan Indonesia. "Berita baiknya, mereka akan mencari negara dengan populasi yang relatif masih produktif, dan kita masih punya waktu sampai tahun 2030 hingga puncak bonus demografi," ungkapnya.

Untuk diketahui, Jepang saat ini tengah melirik Indonesia sebagai pasar yang potensial. Mereka akan berinvestasi di sektor apapun, tidak terkecuali perbankan. Seperti yang kita lihat saat ini, bank besar di Jepang secara agresif berupaya mengakuisisi beberapa bank di Indonesia. Meskipun resesi global berpengaruh, Jepang masih menilai resesi yang terjadi sebagai bagian dari faktor siklus. "Mereka melihat jangka panjang. Siklus resesi global ini bertahan satu sampai dua tahun setelah itu *recovery* dan mereka akan mencari pasar yang bagus. Jadi mereka masih melihat Indonesia menjadi pasar yang prospektif," jelas Bhima.

Rentan Terkoreksi

Ekonomi Indonesia tumbuh di kisaran 5 persen dalam kurun waktu tiga sampai dengan empat tahun terakhir. Padahal jika dilihat dari kemampuan sumber daya alam dan kemampuan usia produktif yang besar Indonesia bisa mengerek pertumbuhan lebih dari 5 persen, menyusul negara lain seperti India dan Vietnam yang angka pertumbuhannya di atas angka 6 persen.

Meskipun kalah dari India yang relatif masih tinggi meski terancam terkontraksi, ekonomi Indonesia masih relatif stabil dibandingkan dengan negara maju lainnya. Namun, pertumbuhan ini masih sangat rentan terkoreksi. "Ketika terjadi resesi ekonomi global, angka 5 persen ini bisa terkoreksi sewaktu-waktu atau kita tidak bisa tebak angka di *bottom* nya berapa," terang Bhima.

Jika dilihat per sektoral, menurut Bhima salah satu *problem* yang dihadapi Indonesia adalah adanya anomali konsumsi rumah tangga. Momentum pemilihan umum, ramadhan dan lebaran kemarin nyatanya masih belum bisa mendongkrak angka konsumsi rumah tangga. Selanjutnya adalah mengenai investasi, para investor dan perusahaan multinasional masih menilai Indonesia memiliki potensi besar untuk menjadi kekuatan ekonomi dunia. Namun, masalah-masalah struktural jangka panjang dan jangka menengah masih menjadi hambatan. " Salah satunya misalkan indeks kemudahan berbisnis kita stagnan di angka 73. Indonesia juga salah satu negara yang paling lama untuk proses import dan eksportnya. Masalah lainnya, industri mau ekspansi di Karawang mau ekpansi di Cikarang yang mereka hadapi masalah sewa lahan misalnya pembebasan lahan, jadi masalah-masalah klasik ini yang membuat kita kehilangan peluang bagus untuk menjadi negara yang relatif maju," jelasnya.

Terkait eksport, meskipun data BPS mengatakan secara keseluruhan tidak terlalu cemerlang sebagai akibat perang dagang. Namun, tidak berarti semua pengusaha harus mengencangkan ikat pinggang atau menahan ekspansi. Misalnya, di sub sektor industri pakaian yang mampu tumbuh relatif tinggi di atas 16 persen, "industri in *average* 4-5 persen, industri pakaian jadi bisa loncat hingga 15 persen *actual growth*nya, dan diproyeksikan di tahun 2020 akan tumbuh 22 persen," ungkap alumni UGM ini.

Namun, pertumbuhan ini berseberangan dengan tren industri plastik konsumsi (bukan otomotif) di Indonesia. Pasalnya, industri ini akan disamakan dengan industri alkohol dan tembakau. "Cukai plastik tahun 2020 mulai diberlakukan ke depannya bukan hanya kantong plastiknya yang dikenakan cukai, tapi itu pintu pembuka untuk selanjutnya botol plastik, packing makanan dan minuman," ujarnya.

Industri plastik jelas akan terdampak, trennya akan menurun tetapi di sisi lain muncul peluang baru yaitu untuk plastik daur ulang dan bahan kemasan selain plastik. Sampai disini kita bisa simpulkan bahwa ada regulasi yang membuat laju beberapa sub sektor industri melambat di tahun 2020. "Bukan karena *market*nya tapi salah satunya karena regulasi," pungkas Bhima.

SHIFT INDONESIA

Your Operational Excellence Guide

SHIFT Indonesia is the first publishing media which deliver a comprehend operational excellence and continuous improvement references and cover the latest industrial updates from various industrial sectors such as manufactures, mining & energy, services, infrastructures, logistics, both overseas and in Indonesia

We deliver our **INSIGHT** through our **PRODUCT & SERVICE** below:

Bimonthly B2B Magazine Printed & Digital

Online Media Platform which consist of website and social media

Event Organizer Business Event arrangement for your company purpose

For More info:

0878 576 30200
redaksi@shiftindonesia.com
www.shiftindonesia.com

Menara Rajawali 8th floor
Jl. Dr. Ide Anak Agung Gde Agung
Mega Kuningan lot 5.1
Jakarta, 12950

FOLLOW US:

@SHIFTIndonesia | SHIFT Indonesia | shiftindonesia.co | SHIFT Indonesia | SHIFT Indonesia

Melakukan *Changeover* dengan Cepat Menggunakan SMED

Dok. Istimewa

Lean menawarkan berbagai strategi untuk mengidentifikasi dan menghilangkan segala macam bentuk pemborosan (waste). Satu diantaranya yang efektif bernama Single Minute Exchange of Die (SMED).

Metode yang juga dikenal sebagai *quick changeover* ini merupakan *tool Lean* yang dimanfaatkan untuk mengurangi jumlah waktu transisi yang dibutuhkan dalam suatu proses operasi. Selain mampu meningkatkan waktus siklus dalam suatu proses, SMED membantu mengurangi biaya dan meningkatkan fleksibilitas suatu proses.

Kata *"single minute"* mengarah pada tujuan SMED, yaitu mengurangi waktu *changeover* (pergantian) menjadi satu digit, misal sembilan menit menjadi satu menit (jika memungkinkan). Sebagai gambaran kita bisa belajar dari industri restoran. Sebagian besar restoran umumnya menawarkan tiga paket menu, ada sarapan, makan siang, dan makan malam. Untuk pergantian dari paket satu ke paket yang lainnya, dapur membutuhkan waktu mungkin sekitar satu jam, ini bisa lebih lama jika staf dapur dengan kondisi satu keluar sementara yang lain masuk.

Mungkin ini bukan masalah bagi tim dapur, tetapi bagaimana dengan pelanggan? Apakah mereka bersedia membuang waktu berharga mereka untuk menunggu pesanan sementara mereka bisa menikmati pesanan dengan segera jika pergi ke tempat lain? Dalam kasus ini, menurut kami mempercepat proses sehingga memungkinkan transisi yang lebih lancar merupakan opsi penyelesaian terbaik untuk dipilih. Sebab ketika masalah transisi ini terpecahkan, restoran bisa menawarkan menu apapun kapan saja.

Sejarah Singkat SMED

Seperti *tool Lean Six Sigma* yang lain, SMED dikembangkan pertama

kali di Jepang di Toyota. Shigeo Shingo kala itu mengamat proses yang tidak efisien di Toyota selama proses pencetakan body mobil. Shingo menemukan bahwa sebagian besar pemborosan mengarah pada waktu yang dihabiskan untuk mengganti *tools* dalam proses pencetakan. Pergantian itu memakan waktu antara dua hingga delapan jam. Toyota juga menghabiskan banyak uang untuk menyimpan kendaraan yang sedang dibangun. Sesuai prediksi Shingo, Toyota dapat menghemat uang setelah berhasil mempercepat proses pergantian.

Saat itu Toyota berhasil melakukan changeover hanya dalam tiga menit melalui perbaikan proses. Mereka mengambil tindakan berani dan diperlukan untuk memodifikasi peralatan pabrik dan bagian kendaraa serta mengubah urutan proses pencetakan *body* mobil. Semua ini mendukung proses produksi tepat waktu. Dengan kata lain SMED menjadi komponen kunci dari *Toyota Production System* (TPS) yang sangat populer hingga hari ini. Produksi yang tepat waktu ini menjawab tuntutan pelanggan.

> SMED menjadi komponen kunci dari Toyota Production System (TPS).

Manfaat Program

Ada dua jenis elemen dalam SMED, yaitu elemen internal dan elemen eksternal. Elemen internal merupakan elemen yang harus diselesaikan saat peralatan dihentikan. Sementara elemen eksternal adalah elemen yang dapat diselesaikan saat peralatan sedang berjalan. Proses SMED berfokus untuk membuat elemen eksternal sebanyak mungkin dan menyederhanakan serta merampingkan semua elemen. Jika proses ini sukses, maka akan mendapatkan manfaat berikut:

1. Biaya produksi menjadi lebih rendah karena proses *changeover* yang lebih cepat berarti waktu henti peralatan pun akan lebih singkat.
2. Ukuran lot (*batch*) lebih kecil, sehingga memungkinkan pergantian produk lebih sering.
3. Semakin responsif terhadap permintaan pelanggan.
4. Tingkat persediaan lebih rendah sehingga mampu menekan inventaris bahan baku, persediaan, dan barang jadi.
5. Meningkatnya konsistensi dan kualitas karena pergantian terstandarisasi.
6. Menjadi lebih efisien dan mampu mengidentifikasi peluang untuk perbaikan berkelanjutan

Melihat kebutuhan industri dan fasilitas Anda, strategi SMED bisa Anda pertimbangkan untuk mengurangi waktu penggantian mesin dan memenuhi sasaran produksi tepat waktu. Jagalah agar setiap ruang mampu mempersingkat waktu yang dibutuhkan untuk mendapatkan hasil yang lebih baik. Sebab, berkurangnya waktu siklus membuat pelanggan menerima pesanan lebih cepat, meningkatkan penjualan dan pendapatan perusahaan, dan mengurangi biaya modal untuk membayar inventaris.

> Biaya produksi akan menjadi lebih rendah karena proses changeover yang lebih cepat

Dok. Istimewa

Karakter Kepemimpinan yang Paling Dicari di Era Digital

Keahlian bidang dan pengalaman saat ini bukan lagi menjadi paramater utama dalam memilih calon pemimpin. Kemampuan dalam mengimbangi permintaan akan menjadi kemampuan yang paling dicari.

Dok. Istimewa

Sulit menjadi pemimpin bisnis jika kita menolak menjadi pemimpin yang *agile* (lincah/gesit). Semua organisasi bersaing menyeimbangkan bisnis untuk menghadapi tantangan yang datang bergantian di abad 21 ini. Organisasi dinilai perlu berinvestasi dalam pengembangan *talent* untuk membangun kepemimpinan yang lincah. Dalam hal ini, organisasi harus memanfaatkan proses penilaian yang kuat untuk mengidentifikasi calon pemimpin (berpotensi tinggi) dan program pengembangan yang ditujukan untuk membangun *skill* yang diperlukan.

Ada berbagai macam definisi tentang kepemimpinan yang *agile*, tapi secara umum menggambarkan bagaimana pemimpin harus menavigasi laju perubahan dengan menggunakan skill, melihat jauh ke depan, dan bergerak fleksibel. Pemimpin yang agile dituntut memiliki kemampuan menggunakan pandangan tingkat makro untuk mensukseskan transformasi yang berhasil dengan hasil yang konsisten di masa depan. Untuk itu, mereka dapat mendefinisikan kembali *value* dan goal perusahaan serta menetapkan agenda. Dan ketika organisasi menjadi semakin besar, mereka harus memiliki cara baru untuk memotivasi orang sebagai bagian dari tim yang dalam hal ini membangun visi bersama tentang apa yang diperjuangkan perusahaan menjadi salah satu cara yang efektif. Ingat, jika organisasi gagal berinvestasi dalam pengembangan kepemimpinan agile ini, maka organisasi bisa berada pada posisi yang tidak menguntungkan di masa depan.

Bagaimana cara kerja pemimpin yang *agile*? Pemimpin *agile* bertindak sebagai agen perubahan di organisasi. Mereka memahami bahwa pemimpin tidak akan berhasil menghadapi semua kondisi jika mengandalkan satu gaya kepemimpinan. Artinya, pemimpin diharuskan untuk beradaptasi, bereaksi, merespons keadaan dengan cara yang efektif.

Tetapi perlu diketahui, pemimpin yang *agile* tidak boleh hanya fokus pada aspek kepemimpinan yang bersifat transformatif. Mereka juga harus memenuhi aspek transaksional dalam operasi sehari-hari. Sebab, memiliki gambaran besar tentang arah organisasi tidak akan banyak membantu jika tujuan operasional jangka pendek tidak terpenuhi. Dari sudut pandang pengembangan, ini berarti bahwa untuk menjadi *agile* setiap pemimpin perlu membangun keterampilan untuk menciptakan strategi jangka panjang dan keterampilan *daily management* yang baik.

Organisasi yang resisten dengan ide-ide baru dan pemikiran *out of the box* akan segera ketinggalan zaman dan tergantikan oleh mereka yang lebih *agile*. Seperti yang terjadi pada Kodak, perusahaan raksasa fotografi yang bangkrut ketika dunia mulai memasuk era digital. Kita bisa melihat dengan jelas bahwa kegagalan pemimpin dalam menavigasi laju perubahan menimbulkan kerugian finansial yang mengancam keselamatan bisnis. Oleh karena itu menjadi *agile* adalah suatu kebutuhan.

INDONESIA BUILDING TECHNOLOGY EXPO

The 19th

IndoBuildTech Expo 2020

Indonesia's Largest Exhibition of Building Material & Interior

1 - 5 April 2020

Indonesia Convention Exhibition (ICE)
BSD City, Indonesia

www.indobuildtech.com

TRANSFORMING INTO DIGITAL CITIES :
THROUGH INFRASTRUCTURE AND COMMUNITY ADVANCEMENT

Find us : indobuildtech expo | indobuildtech | @_indobuildtech | indobuildtech-expo

ORGANISED BY :

SUPPORTED BY :

MEDIA PARTNER :

SHIFT INDONESIA
Your Operational Excellence Guide

Uber Kehilangan Lisensi untuk Beroperasi di London

Dok. Istimewa

Uber harus menelan pil pahit di penghujung November tahun ini. Seperti ramai diberitakan oleh media internasional, Uber kehilangan lisensi untuk beroperasi di salah satu pasar terbesarnya, London.

Badan Transportasi London (TfL) mengatakan Uber tidak *fit* dan *proper* untuk memegang lisensi. Hasil identifikasi yang mereka lakukan menemukan bahwa Uber gagal dalam membuat design layanan dengan membahayakan keselamatan penumpang. Dari temuan inilah TfL menolak memperbarui linsensi Uber yang berakhir di akhir November ini.

TfL menemukan pengemudi yang tidak resmi menggunakan akun pengemudi yang diakui dan mengambil penumpang menggunakan kendaraan yang tidak terdaftar. Mereka mengatakan pengemudi "palsu" ini telah melakukan setidaknya 14.000 kali perjalanan tanpa asuransi perjalanan. Regulator menindaktegas dengan tidak memberikan lisensi kepada pengemudi palsu ini, dalam satu contoh pengemudi yang curang telah dicabut SIM-nya.

TfL mengatakan juga menemukan pengemudi yang diskors dari platform Uber selama ini masih dapat membuat akun dan mulai mengemudi lagi. Regulator menambahkan bahwa Uber telah mengambil langkah-langkah untuk memperbaiki masalah ini tetapi mereka memiliki kekhawatiran bahwa sistem Uber tampaknya relatif mudah dimanipulasi.

"Meskipun kami menyadari bahwa Uber telah melakukan perbaikan, tidak dapat diterima bahwa Uber telah mengizinkan penumpang untuk naik taksi dengan pengemudi yang berpotensi tidak berlisensi dan tidak diasuransikan," kata direktur lisensi TfL, Helen Chapman seperti dikutip SHIFT dari *Business Insider*. Menurut Helen, pihaknya tidak dapat yakin bahwa masalah ini tidak akan terulang di masa depan.

Kehilangan lisensi di London merupakan pukulan besar bagi Uber mengingat ibukota Inggris ini merupakan salah satu pasar terbesarnya dengan sekitar 3,5 juta pengguna. Menanggapi keputusan tersebut, CEO Uber Dara Khosrowshahi mengatakan akan mengajukan banding dengan risiko harus hengkang dari kota ini jika kalah dalam pengadilan.

Uber mengatakan bahwa keputusan untuk mencabut lisensinya adalah suatu keputusan yang luar biasa dan salah. "Tapi keputusan TFR ini salah. Selama 2 tahun terakhir kami telah secara mendasar mengubah cara kami beroperasi di London. Kami telah melangkah sangat jauh - dan kami akan terus berjalan, untuk jutaan pengemudi dan pengendara yang mengandalkan kami." tulis Dara melalui akun twitternya. Pihaknya mengklaim telah memperkenalkan sistem pemeriksaan yang kuat untuk mengidentifikasi pengemudi dan akan segera memperkenalkan proses pencocokan wajah yang baru.

Ini bukan kali pertama regulator London menindak Uber, sebelumnya perusahaan *ride-hailing* ini juga kehilangan lisensi untuk beroperasi di London pada September 2017 tetapi memenangkan kembali lisensi sementara setelah menang di pengadilan.

Dok. Istimewa

Menggantikan Bill Gates, Bos LVMH Bernard Arnault Menjadi Orang Kaya Kedua di Dunia

Bernard Arnault, Chairman dan CEO merek barang mewah LVMH dinobatkan sebagai orang terkaya nomor dua di dunia oleh Forbes menggeser Bill Gates

Menurut Daftar Billionaires Real-Time dari Forbes, pengusaha asal Prancis ini meraup sekitar $ 2,8 miliar dalam beberapa hari terakhir, yang berarti kekayaan bersihnya naik sekitar 2,7 persen menjadi total $ 107,6 miliar. Menurut daftar Forbes ini, posisi Arnault persis di belakang pendiri dan CEO Amazon Jeff Bezos yang memiliki kekayaan bersih mencapai $ 110,5 miliar. Sementara itu, Bill Bates bergeser ke urutan tiga dengan kekayaan bersih sebesar $ 107 miliar.

Namun di Bloomberg's Billionaires Index, Arnault masih berada di belakang Bezos dan Gates. Bloomberg memperkirakan kekayaan bersih Arnault hanya di angka sekitar $ 103 miliar, sementara Gates yang merupakan co-founder Microsoft memiliki $ 110 miliar.

Berdasarkan peringkat Bloomberg, kekayaan pribadi Arnault bertambah sekurangnya $ 34 miliar di tahun ini. Pada bulan Juni lalu, kekayaan Arnault melewati $ 100 miliar untuk bertengger di urutan ketiga orang terkaya di dunia. Dan awal bulan November lalu, dia mengambil alih Gates di posisi kedua Forbes selama sehari.
Arnault adalah pemegang saham mayoritas di LVMH - pemilik merek-merek mewah termasuk Louis Vuitton, Christian Dior dan Moet & Chandon. Belum lama ini mereka mengatakan akan membeli Tiffany & Co. dalam kesepakatan senilai $ 16,2 miliar. Tiffany merupakan merek perhiasan ikonik yang berbasis di New York. Lini perhiasan sendiri merupakan salah satu area dengan kinerja terkuat di industri barang mewah sepanjang tahun 2018. Konsultan Bain&Co memperkirakan bahwa penjualan di pasar global akan tumbuh 7 persen tahun ini.

Melalui Tiffany, LVMH berupaya memberikan eksposur LVMH di segmen bridal dan diamond untuk pelanggan kelas atas. LVMH berencana untuk memisahkan merek Bulgari dan Tiffany jika kesepakatan ini terwujud. Dan akan bersaing ketat dengan Gucci pemilik merek Kering dan Richemont dari Swiss, yang memiliki Cartier.

Forbes melacak kekayaan dan memperbaharui peringkat individu berdasarkan kekayaan dan kepemilikan publik (seperti saham perusahaan) - diperbaharui setiap lima menit ketika pasar saham dibuka.

Sumber : CNBC, Forbes

KBR

TEMUKAN INSPIRASI DAN BERITA TEPERCAYA HANYA DI KBR

KABAR BARU

BULETIN PAGI

KBR PAGI

saga

Asia Calling
Your window on Asia

BULETIN SORE

RUANG PUBLIK

Beragam program berita dan informasi terkini
yang siap menemani Anda di 600 radio jaringan KBR
di seluruh nusantara.

PT MEDIA LINTAS INTI NUSANTARA
A Media Content Company

Gedung De Ritz Lantai 2,
Jl. HOS Cokroaminoto No 91, Menteng
Jakarta Pusat 10310
T. +62 21 2239 2426
email: info@mlin.id

www.kbr.id

- @beritakbr
- Kantor Berita Radio - KBR
- kbr.id
- Berita KBR

DOWNLOAD APLIKASI KBR SEKARANG

GET IT ON Google Play

Download on the App Store

OEE, Strategi Efektif Mempertahankan Bisnis

Dok. Istimewa

Revolusi industri keempat berhasil mengubah lanskap industri skala global. Jika sebelumnya pasar tersegmentasi jelas, kini kompetisi tidak lagi mengenal batas. Pergeseran ini jelas memberi imbas besar bagi dunia industri, tidak terkecuali industri pertambangan.

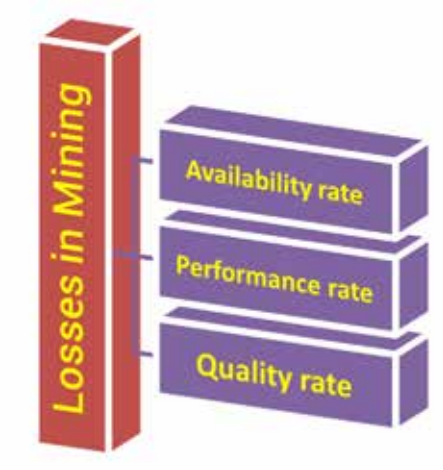
Pasar yang bergerak dinamis membuat kompetisi di industri pertambangan semakin panas. Selain harga jual yang terus berfluktuasi, ada berbagai macam situasi yang sangat sulit terprediksi dan terkadang di luar kendali. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan saat ini berjuang mencari alternatif solusi, menciptakan keunggulan operasi agar bisnis tetap kompetitif dan menguntungkan. Misalnya melalui efisiensi proses, peningkatan layanan pelanggan, inovasi produk, dan pemanfaatan teknologi.

Dari berbagai macam upaya tersebut, *operational excellence* menjadi salah satu yang paling diminati oleh banyak pengusaha. Sebab, di era kompetitif ini perbaikan proses bisnis menjadi sebuah solusi yang efektif. Seperti yang ditemukan LNS Research dalam penelitiannya tentang investasi yang tepat dijalankan untuk melakukan perbaikan proses bisnis, dilaporkan bahwa lebih dari 80 persen respondens yang terlibat menyatakan *operational excellence* atau keunggulan operasional sebagai salah satu dari tiga investasi terbaik yang harus dijalankan perusahaan.

Lalu apa yang harus dilakukan industri pertambangan agar mencapai *operational excellence*? Salah satunya yaitu dengan menggunakan tool bernama *Overall Equipment Effectiveness* atau dikenal OEE. OEE merupakan metrik kunci yang digunakan dalam *Total Productive Maintenance* (TPM), fungsinya yaitu untuk mengukur tingkat *availability*, *performance* dan *quality* yang dihasilkan dari suatu proses atau *equipment*.

Availability merupakan indikator yang mengarah pada kehandalan mesin dengan mengacu pada indikator lama waktu mesin *downtime* dan lama waktu setup dan adjustment. Sementara *performance* mengacu pada indikator yang menunjukkan seberapa sering mesin menganggur, mogok, dan mesin jalan dengan kecepatan rendah. Sedangkan *Quality* adalah indikator untuk seberapa banyak *scrap* atau *rework* pada sebuah proses, dan berapa banyak scrap yang terjadi saat mesin start up. Nah, dengan menggunakan perhitungan OEE inilah kita akan mendapatkan suatu nilai hasil analisa yang kemudian bisa membantu perusahaan mendapatkan akar

permasalahan dan menentukan tindakan perbaikannya

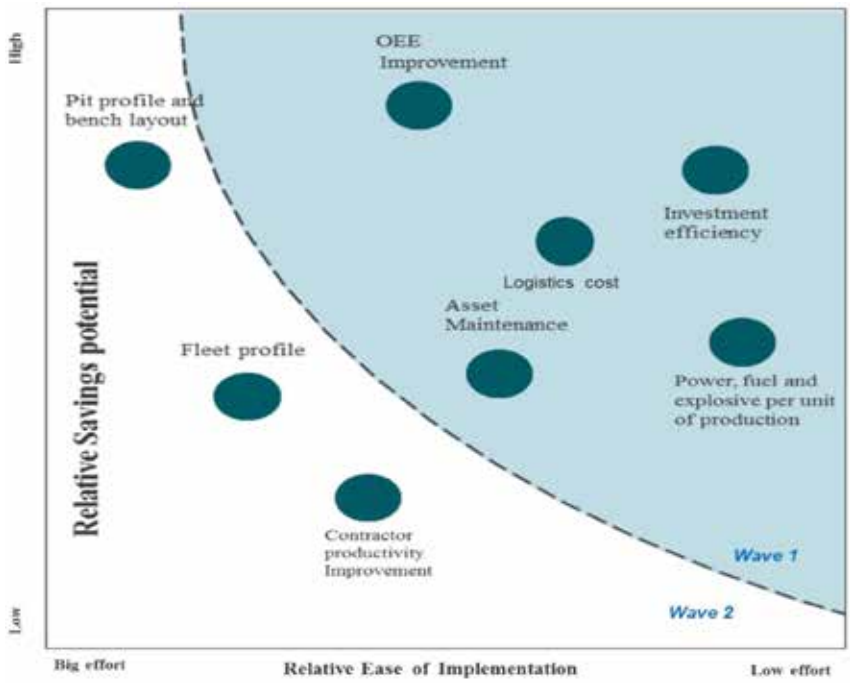


Penting untuk diketahui bahwa implementasi OEE di industri pertambangan berbeda dengan implementasi di manufaktur. Perbedaan ini muncul karena klasifikasi data yang diperlukan di industri tambang lebih bervariasi dari satu peralatan ke peralatan lain. Seperti kita tahu pertambangan memiliki proses operasi yang berseri, mulai dari serial pengeboran, peledakan, pemuatan, pengangkutan dan pembuangan. Terlebih, lingkungan operasi ini sangat dinamis dengan banyak hal yang sulit diidentifikasi namun berpengaruh langsung terhadap pemanfaatan peralatan secara drastis.

Karena memiliki serangkaian proses, produksi peralatan yang digunakan di setiap tahapan sangat tergantung pada produksi peralatan yang digunakan sebelumnya. Mengingat kapasitas peralatan pertambangan sangatlah besar, maka peningkatan value menggunakan OEE terhadap total produksi dan financial benefit akan sangat signifikan.

Berdasarkan pengalaman SSCX International, perusahaan konsultan *operational excellence* terbaik di Indonesia yang telah menangani beberapa klien di industri pertambangan ini menemukan bahwa nilai parameter OEE sangat dipengaruhi oleh *Losses* atau kerugian yang ada sepanjang proses penambangan tersebut. Jika diperinci, 10 *Big losses* yang paling berpengaruh di industri pertambangan adalah ;

1. *Nonscheduled time*
2. *Scheduled maintenance time*
3. *Unscheduled maintenance time*
4. *Setup and adjustment time*
5. *Idle time without operator*
6. *Truck waiting time*
7. *Propel time*
8. *Time losses due to job conditions*
9. *Speed loss*
10. *Quality loss*



> Mengingat kapasitas peralatan pertambangan sangatlah besar, maka peningkatan value menggunakan OEE terhadap total produksi dan financial benefit akan sangat signifikan.

Kemampuan perusahaan untuk mengendalikan *big losses* faktor tersebut akan menjadi faktor kunci dalam usaha meningkatkan nilai OEE di industri pertambangan. SSCX International sangat menyarankan agar setiap pelaku industri pertambangan mampu memahami dan mengimplementasikan metode peningkatan OEE sebagai sebuah strategi efisiensi yang sangat efektif untuk menghadapi kondisi bisnis pertambangan yang sangat dinamis.

Tentang OEE

OEE merupakan perhitungan yang digunakan untuk memantau efektivitas suatu mesin. Khusus perusahaan yang mengandalkan produktivitas mesin produksi, OEE menjadi salah satu indikator utama. Dengan menggunakan OEE produktivitas tenaga kerja dan efektivitas peralatan pabrik akan meroket. Kok bisa? Simak penjelasan singkat berikut!

Ketika proses produksi atau sebuah peralatan tidak berfungsi, orang-orang yang bekerja menggunakan mesin tersebut tentu akan menganggur karena tidak bisa melakukan produksi. Kondisi ini akan berbeda jika perusahaan menerapkan OEE, karena efektivitas peralatan jauh meningkat maka orang-orang yang tadinya banyak menganggur akan memiliki lebih banyak waktu untuk melakukan proses produksi. Kemudian jika implementasinya konsisten, OEE akan membantu Anda menekan biaya yang tidak diperlukan, bahkan OEE mampu menurunkan biaya rata-rata setiap unit produksi.

Ada beberapa perangkat yang bisa Anda manfaatkan untuk mempermudah perhitungan OEE, mulai dari perangkat keras hingga perangkat lunak. Namun yang perlu dicatat adalah ada berbagai macam faktor yang bisa membuat perusahaan bisa kehilangan manfaat dari OEE itu sendiri. Untuk itu kita harus memperhatikan baik itu faktor teknis ataupun faktor manusianya. Bisa dikatakan bahwa kesuksesan penerapan OEE sebagai upaya tim, namun ini akan efektif jika penggunaannya dengan strategi kepemimpinan yang baik. Setiap orang bertanggung jawab untuk keandalan dan produktivitas mesin. Pemimpin harus mengarahkan seluruh timnya di dalam jalur yang sesuai dan mampu memotivasi seluruh tim untuk terlibat dalam proses tersebut.

Untuk itu setiap karyawan harus memiliki pengetahuan lebih dulu tentang pentingnya OEE bagi perusahaan, bagaimana menggunakan sistem ini, dan bagaimana menggunakan hasil OEE nya. Oleh karena itu adalah penting untuk memiliki seorang ahli atau *coach* untuk mengajarkan penggunaan OEE kepada semua orang yang terlibat. SSCX International sebagai perusahaan konsultan *operational excellence* memiliki dua jenis layanan untuk membantu perusahaan sukses mengimplementasikan OEE, yaitu jasa pelatihan dan implementasi. Selama ini SSCX International dikenal luas oleh klien dan komunitas *operational excellence* sebagai perusahaan konsultasi dan implementasi yang tak hanya memberikan *service* tapi juga menggaransi hasil.

Tunggu apalagi, segera hubungi 021 576 3020 tim marketing SSCX siap membantu Anda untuk menjadwalkan pertemuan dengan konsultan/ ekpertis SSCX, gratis! Informasi lebih lanjut bisa Anda temukan di website *www.sscxinternational.com*.

> *Mindset* adalah tempat dimana sukses akan dimulai, bahkan strategi hebat tidak akan pernah berhasil tanpa *mindset* tepat yang mendukungnya

Dok. Istimewa

Mencegah "*Lost Time*", si Biang Kerok Kerugian

Dok. Istimewa

Ada satu kutipan menarik dari Benjamin Franklin yang mengatakan bahwa "lost time is never found again". Kutipan ini mengingatkan kita bahwa kerugian terbesar yang tidak bisa diselamatkan adalah rugi waktu (lost time). Kok bisa? Mari kita simak penjelasannya di bawah ini.

Sebagai pelaku bisnis, rugi waktu dapat kita definisikan sebagai waktu yang kita bayar namun tidak memberi nilai tambah. Rugi waktu ini dapat kita bedakan menjadi dua, yaitu rugi waktu nyata dan rugi waktu terselubung.

1. Rugi waktu nyata, kerugian jenis ini sangat mudah untuk dikenali, seperti produksi yang harus berhenti karena menunggu material yang belum datang atau proses yang seharusnya 4 langkah selesai kemudian menjadi 6 langkah karena adanya masalah pada kualitas.

2. Rugi waktu terselubung, kerugian ini lebih sulit dikenali karena memang tidak terlihat langsung (nyata). Sebagian besar kerugian ini disebabkan oleh kemampuan personel (operator) yang tidak mumpuni, penugasan atasan yang kurang baik, atau mungkin karena tingkat disiplin yang masih rendah.

Contoh rugi waktu terselubung ini misalnya pada saat aktivitas *briefing* pagi seorang pekerja mendapat tugas untuk membongkar mesin dalam rangka melakukan pemeliharaan atau *preventive maintenance*, pekerjaan ini diharapkan selesai dalam durasi 3 jam. Lalu dengan semangatnya si pekerja tersebut mulai membongkar mesin tersebut. Beberapa kali dia terlihat bolak-balik membawa tool yang dibutuhkan. Goresan bekas oli terlihat di tangan bahkan di wajahnya. Keringat dan peluh tampak terlihat di mukanya, bahkan dia rela mengorbankan waktu istirahatnya untuk menyelesaikan pekerjaan tersebut. Namun, sangat disayangkan karena hingga *shift* nya berakhir, pekerjaan itu belum selesai. Jika kita lihat upaya yang dilakukan pekerja, tentu ini sesuatu yang layak kita apresiasi, tapi inilah yang sebenarnya dimaksud dengan kerugian terselubung. Dengan kata lain, kelihatan kerja namun hasilnya tidak ada.

Ya, mungkin diantara kita sering harus menghadapi kondisi ini ketika sedang berusaha keras meningkatkan produktivitas perusahaan. Sering kita lihat pekerja telah bekerja sangat keras namun yang masih menjadi pertanyaan adalah mengapa *output* yang dihasilkan tidak ikut bergerak? Lalu langkah apa yang harus diambil untuk memperbaikinya?

Seperti kita ketahui, aspek terpenting dalam penyelesaian tugas seorang manajer atau supervisor adalah *on-time delivery*. Mereka harus bisa mengontrol setiap aktivitas dan menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan sebelumnya. Ini berarti bahwa perencanaan yang dibuat untuk setiap aktivitas harus bersifat realistis. Ketika rencana realistis tersebut tidak dapat dicapai, maka supervisor harus mampu mengidentifikasikan penyebab mengapa rencana tidak tercapai dan segera mengambil langkah perbaikan. Atau dengan kata lain, seorang supervisor atau manajer harus menetapkan target waktu di setiap aktivitas yang ada dan melakukan kontrol terhadap hal tersebut. Harapannya dengan adanya target dan kontrol yang tepat, rugi waktu yang terjadi dapat dieliminir atau bahkan dihilangkan.

Ingat, efektif tidaknya suatu organisasi bergantung pada jumlah "waktu hilang" yang dihasilkan organisasi pada saat menyelesaikan pekerjaan yang telah direncanakan. Semakin kecil waktu yang hilang, maka semakin efektif. Sebuah kutipan Benjamin Franklin mengatakan "*lost time is never found again*", waktu yang hilang tidak akan pernah kita dapatkan kembali. Kutipan ini sangat relevan dengan kondisi bisnis saat ini. Ketika Anda kehilangan momen maka momen itu akan hilang. Ingat, waktu hanya bisa dihabiskan, maka jalan terbaik adalah menghabiskannya dengan tepat.

Tiga Penyebab "Rugi Waktu" Dalam Manajemen Proyek

Keberhasilan suatu proyek perbaikan (*project improvement*) dipengaruhi oleh sejumlah hal. Diantaranya perencanaan yang tepat, profesionalitas anggota tim, dan produktivitas setiap individu.

Namun demikian, ada aspek tertentu yang kemudian membuat proyek tidak sesuai tenggat waktu. Mengutip artikel actiTime dari *Medium*, tiga masalah teratas yang sering membuat proyek tidak tepat waktu adalah:

1 Spesifikasi produk tidak jelas

Spesifikasi produk dapat menyebabkan segala macam masalah. Masalah paling umum dalam spesifikasi adalah tidak adanya metrik yang jelas dan kasus penggunaan, tujuan yang tidak jelas dan kapan waktu selesainya. Misalnya ketika tim proyek mendapatkan tugas dari *Project Manager* mereka dan mulai mengerjakannya, namun ternyata hasilnya tidak seperti yang diharapkan manajer. Hal ini biasanya terjadi karena visi antara anggota tim yang melakukan tugas dengan manajer berbeda. Perbedaan visi inilah yang kita sebut dengan spesifikasi yang buruk. Dalam kasus ini, praktek terbaik yang bisa dilakukan adalah membuat daftar periksa (*cheklist*) spesifikasi sehingga akurasi pelaksanaan meningkat sebab tidak ada detail kecil yang terlewat.

> "Efektif tidaknya suatu organisasi bergantung pada jumlah "waktu hilang" yang dihasilkan organisasi pada saat menyelesaikan pekerjaan.

2 Komunikasi Lemah

Komunikasi adalah kunci agar pekerjaan efisien, meskipun proses ini menghabiskan banyak waktu dan energi. Ada banyak faktor penyebabnya. Misal rapat bisa menjadi panjang karena tim tidak memiliki pehamanan yang jelas tentang apa yang didiskusikan. Solusinya, rencanakan pertemuan dan buatlah setiap orang memahami tujuan diadakannya rapat tersebut.

Sarana komunikasi juga penting. Bayangkan jika sebagian tim membagi informasi via email kemudian sebagian lagi membaginya via whatsapp, besar kemungkinan *miss* informasi atau salah pengertian akibat ketidakkonsistenan pesan. Akhirnya, tim tidak mendapat pemahaman penuh tentang situasi yang ada. Akibatnya, kesalahan sering terjadi. Untuk itu adalah penting untuk memilih alat komunikasi yang tepat yang mampu mendorong semua tim untuk menggunakannya. Ingat, jangan pernah meremehkan komunikasi internal!

3 Alur Kerja yang Masih Berantakan

Mengelola tugas dan melacak kemajuan proyek merupakan hal yang sangat penting bagi keberhasilan proyek. Untuk itu, tim harus memiliki alat ukur yang tepat. Karena ketika alat ukur yang digunakan berbeda, bisa menyebabkan kebingungan, kesalahan interpretasi data, atau visibilitas data yang buruk. Masalah ini dapat diatasi dengan berbagai cara, namun yang paling sederhana tapi sangat membantu adalah dengan menerapkan sistem kanban dan menempelkan catatan tempel di papan tulis.

Sedang mencari buku baru? Yuk, lihat rekomendasinya disini!

Sebentar lagi tahun 2020, apakah Anda sudah memiliki daftar buku yang akan Anda baca tahun depan? Jika belum,Anda bisa melihat rekomendasi kami di bawah ini.

1 Welcome to Management: How to Grow From Top Performer to Excellent Leader

Buku yang ditulis oleh Ryan Hawk ini akan diluncurkan di penghujung Januari 2020. Buku ini bisa menjadi panduan praktis bagi para manajer yang baru saja dipromosikan. Penulis ingin memberikan saran dan *tools* praktis yang bisa ditindaklanjuti sehingga transisi berhasil dilakukan.

Hawk mewawancarai lebih dari 300 pemimpin yang berpikiram maju di seluruh dunia dan dari studinya ini dia menemukan tiga kerangka kerja yang bisa menjadi praktek terbaik bagi para manajer baru, yaitu :

1. **Memimpin diri sendiri.** Ini adalah tentang bagaimana membangun keterampilan dan mendapatkan kredibilitas. Karena seperti kita tahu kepatuhan bisa diperintahkan, sementara komitmen tidak.
2. **Membangun tim.** Yaitu bagaimana membangun budaya saling percaya dan saling menghormati sehingga kohesi terbentuk, termasuk praktik perekrutan dan pemecatan yang efektif.
3. **Memimpin tim.** Pemimpin harus menetapkan strategi dan visi yang jelas untuk tim, mengkomunikasikannya secara efektif, dan ikut mendorong tim untuk mencapai target dari manajemen.

Welcome to management, guys!

2 The Future Is Faster Than You Think: How Converging Technologies Are Transforming Business, Industries, and Our Lives (Exponential Technology Series)

Lewat bukunya, Steven Kotler ingin menunjukkan kepada kita bagaimana dunia sepuluh tahun ke depan akan sangat berubah karena gangguan teknologi yang begitu cepat.

Teknologi berakselerasi jauh lebih cepat daripada yang kita bayangkan sebelumnya. Ada begitu banyak gelombang teknologi yang memiliki kecepatan yang eksponensial dan akan mempengaruhi kehidupan kita sehari-hari. Kotler memberikan gambaran bagaimana jika AI, robotik, *virtual reality*, *digital biology*, dan sensor bertemu dengan 3D printing dan blockchain? Bagaimana konvergensi ini akan mengubah industri warisan saat ini? Bagaimana cara kita membesarkan anak-anak kita di masa depan?

Kotler bersama Diamandis, seorang pengusaha yang juga menjadi pelopor inovasi, memiliki jawaban atas pertanyaan ini. Mereka berhasil menyelidiki ilmu konvergensi teknologi dan menemukan kembali setiap bagian dari kehidupan kita baik itu transportasi, ritel, periklanan, pendidikan, kesehatan, hiburan, makanan, dan keuangan. Temuan mereka ini sangat kita butuhkan.

3 The Power of Experiments: Decision Making in a Data-Driven World (The MIT Press)

Melalui buku ini, Penulis Michael Luca dan Max H. Bazermen menjelaskan pentingnya eksperimen dalam pengambilan keputusan di era *big data*.

Tidak ada perusahaan teknologi yang berani membuat perubahan besar pada platformnya tanpa menjalankan eksperimen terlebih dahulu. Hal ini dilakukan untuk memahami seberapa besar pengaruh perubahan terhadap perilaku pengguna. Luca dan Bazerman menggambarkan percobaan sebagai peran sentral dalam industri teknologi.

Mereka mengambil pelajaran dan praktek terbaik dari perusahaan StubHub, Alibaba, dan Uber. Dalam studinya ditemukan bahwa eksperimen yang berhasil dapat menghemat uang perusahaan, *Ebay*, misalnya. Menurut Luca dan Bazerman, eksperimen juga bisa dilakukan untuk membuat *social ways* menjadi lebih baik.

Dok. Istimewa

4 Cara Menarik Rayakan Tahun Baru 2020

Pergantian tahun sudah di depan mata. Ingin merayakan tapi bingung mau kemana? Jangan sedih, kami sudah siapkan daftar rekomendasi tempat untuk Anda kunjungi bersama teman atau keluarga mulai dari tempat makan hingga konser musik.

1 New Year's Eve Dinner di Pullman Central Park

Jika Anda ingin menikmati pesta tahun baru dengan makan malam bersama keluarga, maka rekomendasi kami adalah paket "*New Year's Eve Dinner*" dari Pullman Central Park. Pada hari Selasa, 31 Desember 2019, Pullman menyediakan beragam menu buffet yang spesial untuk Anda dan keluarga. Setelah makan malam Anda bisa mengikuti *Countdown Party* di BUNK Lobby Lounge. Nah, khusus Anda penggemar Queen, Pullman Jakarta Central Park dan Asian Live United menyelenggarakan konser untuk menyambut hari pertama tahun 2020. Konser bertajuk "*The Ultimate Queen Celebration*" akan menampilkan Marc Martel, pengisi suara di balik film Bohemian Rapshody tepat di tanggal 1 Januari 2020. Anda bisa menikmati paket ini mulai dari harga IDR 5.450.000 net untuk menginap di tanggal 1-3 Januari 2020 termasuk sarapan untuk 2 orang, 2 tiket konser, dan kredit F&B sebesar IDR 400.000 (kredit F&B khusus untuk pemesanan kamar eksekutif).

2 Countdown Party di Fairmont Jakarta

Fairmont Jakarta akan menghadirkan keajaiban Festive Season dalam serangkaian program kuliner dan acara tahun baru untuk menyambut 2020.Nah, khusus dimalam tahun baru, K22 Bar akan diubah menjadi *The Enchanted Wonderland*, dimana tamu dewasa maupun anak-anak dapat berpartisipasi dalam *countdown party* yang meriah. Fairmont menawarkan pemandangan kota Jakarta yang spektakuler dari lantai 22, pesta hitung mundur di K22 Bar akan membawa para tamu ke suasana hutan yang menawan dengan berbagai pertunjukan mulai *fire dancer*, *live band*, DJ, dan aneka makanan dan minuman bertema Enchanted Forest yang unik. Biaya masuk sebesar Rp300 ribu net per orang, sudah termasuk *welcome drinks*, *popcorn*, dan tiket permainan.

3 Konser Musik Slank

Untuk merayakan hari jadinya yang ke 36, grup musik Slank akan menggelar konser bertajuk 36 Tahun Slank pada malam pergantian tahun baru, 31 Desember 2019. Dengan mengusung tema "*Slanking Forever 36*", Slank akan menyapa fans nya dengan lagu hits mereka di Stadion Utama GBK. Untuk harga tiketnya, terbagi menjadi beberapa kategori, yaitu Tribun Atas Rp 80.000, Tribun Tengah Rp 200.000, Zona A Rp 320.000, Zona B Rp 360.000, Festival Rp 400.000, dan VIP Barat Rp 800.000 untuk sesi presale. Sedangkan untuk harga normal, yakni Tribun Atas Rp 100.000, Tribun Tengah Rp 250.000, Zona A Rp 400.000, Zona B Rp 450.000, Festival Rp 500.000, dan VIP Barat Rp 1.000.000. Berminat? Anda bisa mendapatkan tiketnya di *www.slank36.loket.com* mulai tanggal 8 Desember 2019.

4 Konser Big Bang untuk Penikmat Reggae

Jika Anda penikmat musik reggae, maka konser musik big bang bisa menjadi rujukan tepat untuk Anda. Big Bang akan menggelar konser musik reggae di malam tahun baru, mengundang banyak artis reggae papan atas seperti Tony Q dan Steven & The Coconut. Berlokasi di Jiexpo Kemayoran, Anda bisa datang bersama keluarga sekalian belanja kebutuhan multiproduk dengan harga yang menarik karena penyelenggaraan Big Bang Jakarta menghadirkan diskon besar-besaran dari ratusan brand papan atas. Deretan brand yang akan memberikan diskon besar-besaran hingga 90% di antaranya Hush Puppies, Matahari, Electronic City, The Body Shop, Wakai, Paul Frank, Keds, Centro, King Koil, Airland, Giordano, dan ratusan merek lainnya. Untuk masalah tiket masuk Anda tidak perlu khawatir, cukup terjangkau. Anda hanya perlu membayar Rp 50.000,- untuk satu tiket masuk.

Dok. Istimewa

Asus ROG Phone 2 Resmi Dipasarkan di Indonesia

ROG Phone 2 resmi meluncur di Indonesia Kamis (5/12). Kali ini Asus menawarkan 2 varian, yaitu RAM 8 GB dengan storage 128 GB dan RAM 12 GB dengan storage 512 GB.

Untuk varian pertama (RAM 8 GB) sudah bisa didapatkan di sejumlah *e-commerce* rekanan Asus dan Erafone dengan harga Rp 8,5 juta. Sementara untuk varian kedua (RAM 12 GB) akan di-*bundling* dengan aksesoris Aero Case, Aero Active Cooler II dan ROG Charger 30W dan dibanderol dengan harga Rp12,5 juta, namun saat ini pembeli harus melakukan pre-order terlebih dahulu di gerai Erafone, dan unitnya bisa didapatkan pada Januari 2020.

Kenapa para pecinta game sangat tertarik dengan ponsel ini? Ternyata selain dibekali dengan chipset termutakhir, ROG Phone 2 ini juga dikombinasikan dengan GPU Adeno 650 yang diklaim 15 persen lebih cepat dibandingkan pendahulunya, ROG Phone seri 1.

Sementara dari sisi pendinginan perangkat, ROG Phone 2 memiliki 3D Vapor Chamber cooling ditambah dengan cooling fan yang bisa mendorong performa ponsel. Lubang ventilasi akan menjaga sirkulasi udara yang mendinginkan prosesor sembari bermain gim. ROG Phone 2 juga dilengkapi dengan fitur gaming khusus, salah satunya adalah Air Trigger yang merupakan sensor khusus di bagian samping bodi ROG Phone 2.

Ponsel ini juga menggunakan teknologi transfer data cepat UFS 3.0 untuk menghindari loading lama dan menjaga kelancaran saat membuka aplikasi. RAM juga telah mengadopsi LPDDR4X.Untuk menjaga ponsel agar selalu menyala meskipun terus-terusan digunakan untuk bermain gim, ROG Phone 2 memiliki baterai berkapasitas 6.000 mAh dan didukung dengan teknologi *Quick Charge* 4.0 30W sehingga tidak perlu menunggu waktu lama untuk mengisi ulang.

Asus mengadakan acara peluncuran Asus ROG Phone 2 di Grand Ballroom Pullman Central Park sekaligus melakukan penjualan perdananya. Peminat *smartphone* yang ditenagai chip Snapdragon 855 Plus ini pun melebihi ekspektasi awal perusahaan. Namun demikian, pihak Asus memastikan bahwa stok ponsel yang dirakit di pabrik Satnusa di Batam itu aman. Sebagai informasi, Asus sebelumnya telah merilis ROG Phone generasi pertama, namun tidak dipasarkan di Indonesia karena masalah stok.

Dok. Istimewa

SHIFT INDONESIA

Your Operational Excellence Guide

Segenap Keluarga Besar
SHIFT Indonesia
Mengucapkan

Selamat Hari Raya Natal 2019

Follow us

SHIFT Indonesia | SHIFT Indonesia | @shiftindonesia.co | SHIFT Indonesia | @SHIFTIndonesia

www.shiftindonesia.com

SHIFT INDONESIA

Your Operational Excellence Guide

SELAMAT TAHUN BARU 2020

Follow us

SHIFT Indonesia | SHIFT Indonesia | @shiftindonesia.co | SHIFT Indonesia | @SHIFTIndonesia

www.shiftindonesia.com

SSCX Public Training Schedule 2020

Bolder Result!

Lean Six Sigma Fundamental
Rp 4.950.000 /pax

Leadership For Productivity
Rp 4.950.000 /pax

Creative Problem Solving and Decision Making
Rp 4.950.000 /pax

Lean Manufacturing
Rp 4.950.000 /pax

Warehouse Management
Rp 5.950.000 /pax

Certified Green Belt: Lean Six Sigma
Rp 24.500.000 /pax

Small Group Activity
Rp 4.950.000 /pax

Total Productive Maintenance
Rp 4.950.000 /pax

Certified Black Belt: Lean Six Sigma
Rp 47.500.000 /pax

Information and Registration:

SSCX +62 21 576 3020 info@sscx.asia www.sscxinternational.com

SSCX

Public Training Schedule 2020

Bolder Result!

Scrum Framework
Rp 6.950.000

Practical Statistic and Data Analysis
Rp 4.950.000 /pax

Design Thinking
Rp 6.950.000 /pax

Lean Six Sigma White Belt
Rp 7.950.000 /pax

The Power of OEE Workshop
Rp 4.950.000 /pax

Supply Chain Management
Rp 4.950.000 /pax

Design of Experiment
Rp 5.950.000 /pax

Practical Project Management
Rp 5.950.000 /pax

Root Cause Analysis Workshop
Rp 4.950.000 /pax

Information and Registration:

SSCX

+62 21 576 3020 | info@sscx.asia | www.sscxinternational.com

we are inviting all improvement and innovation leaders to participate in **OPEXCON Project Competition 2020**

All information on registration, the event, and sponsorship, can be found on our website **www.opexcon.com**

More Information :

SHIFT Indonesia
Menara Rajawali 8th floor
Jl. Dr. Ide Anak Agung Gde Agung
Mega Kuningan Lot 5.1
Jakarta 12950 Indonesia
T : 021 576 3020
E : redaksi@shiftindonesia.com

Follow us

- SHIFT Indonesia
- SHIFT Indonesia
- @shiftindonesia.co
- SHIFT Indonesia
- @SHIFTIndonesia