

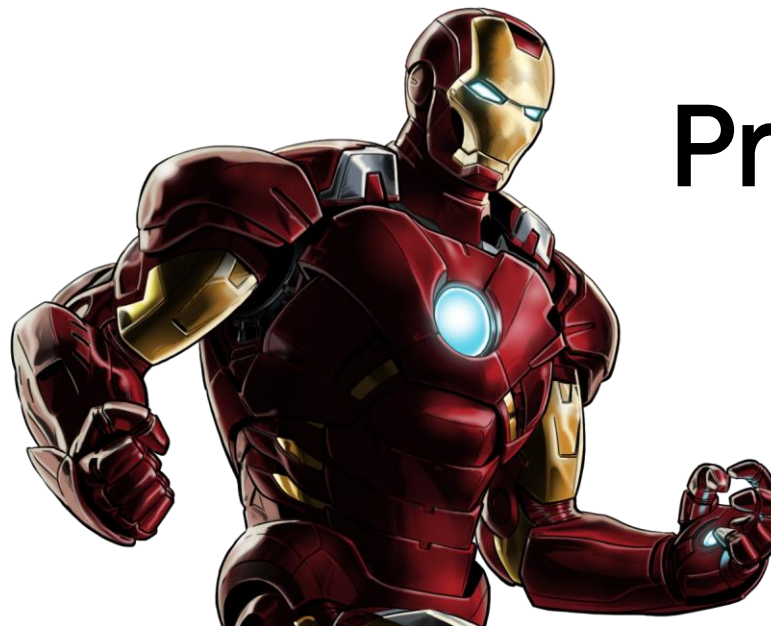


Profil Perusahaan

Merupakan sebuah uraian ringkas tentang perusahaan, memuat **hal-hal penting** yang mempengaruhi operasional perusahaan, dan **tantangan-tantangan utamanya**

Profil Perusahaan

PT



RNI

Merupakan sebuah uraian ringkas tentang perusahaan, memuat **hal-hal penting** yang mempengaruhi operasional perusahaan, dan **tantangan-tantangan utamanya**

Bidang
Agro

Bidang
Distribusi &
Perniagaan

Bidang
Farmasi &
Alat
Kesehatan

Profil Perusahaan

PT



RNI

(1) Penawaran produk

(2) Visi, Misi dan Tata Nilai

(3) Profil Tenaga Kerja

(4) Aset

(5) Persyaratan Regulasi

Bidang
Agro

Bidang
Distribusi &
Perniagaan

Bidang
Farmasi &
Alat
Kesehatan

(1) Posisi Daya Saing

(2) Perubahan Situasi Persaingan

(3) Data Pemandangan

b. Konteks Strategis
(*Strategic Context*)

c. Sistem Peningkatan Kinerja

(1) Struktur Organisasi

(2) Pelanggan dan Pemangku Kepentingan

(3) Pemasok dan Mitra



P.1 Gambaran Umum Perusahaan

Dalam merespon pertanyaan, sertakan jawabannya atas pertanyaan-pertanyaan berikut :

a. Lingkungan Organisasi (*organizational environment*)

(1) Penawaran produk

- Apa **produk utama** yang ditawarkan oleh perusahaan?. Jelaskan **nilai strategis** dan posisi dari masing-masing produk tersebut terhadap kesuksesan perusahaan.
- Apa saja cara atau mekanisme yang digunakan untuk mengantarkan produk tersebut kepada pelanggan?.

(2) Visi, Misi dan Tata Nilai

- Apa **TUJUAN didirikan perusahaan**, VISI, MISI dan TATA NILAI yang telah dinyatakan /ditetapkan oleh perusahaan?.
- Apa **KOMPETENSI INTI (*core competencies*)** perusahaan dan tunjukkan keterkaitannya dengan MISI perusahaan?.

P.1a(1) Produk yang ditawarkan dan produk merujuk pada barang dan atau jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pelanggan atau calon pelanggan (pasar). Mekanisme penyampaian produk bisa secara langsung kepada pelanggan/pengguna produk (*end customer*), atau melalui agen, distributor, kolaborator, mitra perusahaan (*intermediate customer*).

P1.a.(1).1

- Apa produk utama yang ditawarkan oleh perusahaan?. Jelaskan nilai strategis dan posisi dari masing-masing produk tersebut terhadap kesuksesan perusahaan.

Bidang Agro

Bidang Distribusi & Perniagaan

Bidang Farmasi & Alat Kesehatan

P.1 Gambaran Umum Perusahaan

P.I.N.T.E.R

Profesional, Integrity, Teamwork, Respect, Excellence

(2) Visi, Misi dan Tata Nilai

- Apa **TUJUAN** didirikan perusahaan, VISI, MISI dan TATA NILAI yang telah dinyatakan /ditetapkan oleh perusahaan?.
- Apa KOMPETENSI INTI (*core competencies*) perusahaan dan tunjukan keterkaitannya dengan MISI perusahaan?.

Menjadi perusahaan investment holding terbaik di tingkat regional dengan basis agro industri, farmasi, alat kesehatan, distribusi, perniagaan dan properti.

- Mengelola kelompok usaha secara terintegrasi dengan mengedepankan prinsip sinergi antar kelompok usaha.
- Menjalankan perusahaan secara profesional dengan kualitas produk dan layanan yang prima.
- Mengembangkan budaya perusahaan dan sumber daya manusia yang handal serta berkinerja tinggi dengan menerapkan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik.
- Menerapkan strategi usaha yang berkomitmen tinggi dalam rangka memberikan nilai tambah yang optimal bagi pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya.
- Menjalankan kegiatan usaha secara berkelanjutan dan berwawasan lingkungan.

P.1 Gambaran Umum Perusahaan

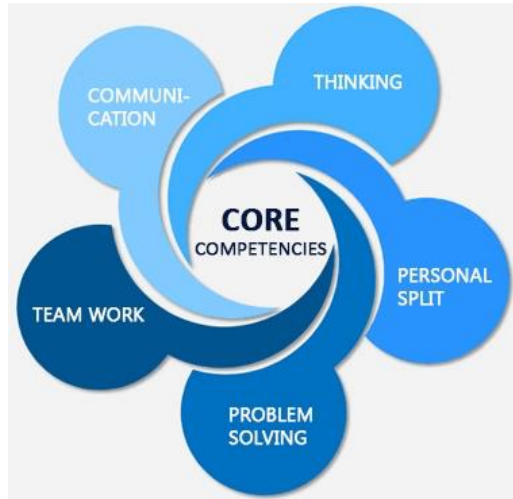
(2) Visi, Misi dan Tata Nilai

- Apa TUJUAN didirikan perusahaan, VISI, MISI dan TATA NILAI yang telah dinyatakan /ditetapkan oleh perusahaan?.
- Apa **KOMPETENSI INTI (*core competencies*)** perusahaan dan tunjukkan keterkaitannya dengan MISI perusahaan?.

P.1a(2) Kompetensi inti (*core competencies*) adalah merujuk pada keahlian/ kemampuan/ kekuatan yang unggul (*greatest expertise*) yang dimiliki oleh perusahaan. Kompetensi inti perusahaan adalah penting secara strategis, dapat berupa kapabilitas khusus yang penting untuk memenuhi misi perusahaan atau untuk memberikan keunggulan perusahaan ditengah pasarnya, atau keunggulan layanan.

Kompetensi inti seringkali menantang (menarik) pesaing atau pemasok dan mitra untuk menirunya sehingga perusahaan harus mempertahankannya sebagai keunggulan daya saing perusahaan

Kompetensi inti



- **Kompetensi inti** adalah suatu konsep [manajemen](#) yang diperkenalkan oleh [C.K. Prahalad](#) and [Gary Hamel](#) pada tahun [1990](#) pada artikel "The Core Competence of the Corporation" yang dimuat di [Harvard Business Review](#).

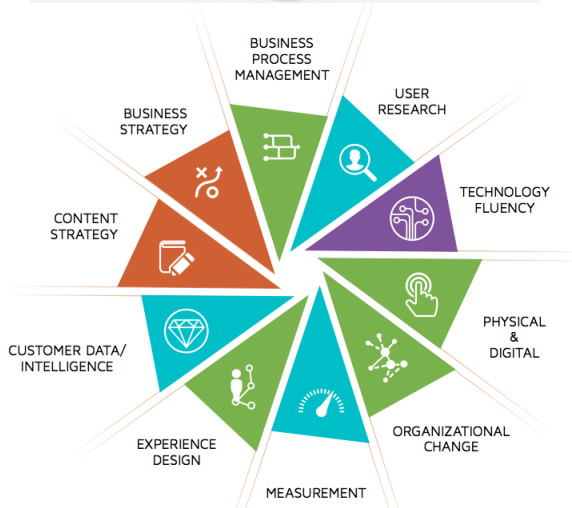
- Definisi tentang kompetensi inti adalah "**pembelajaran kolektif di dalam organisasi, terutama untuk mengoordinasikan beragam keterampilan produksi serta mengintegrasikan aneka jalur teknologi**"

- Kompetensi inti harus memenuhi tiga kriteria, yaitu

(1) menyediakan akses potensial kepada berbagai pasar yang luas,

(2) memberikan kontribusi signifikan terhadap manfaat produk akhir yang diterima pelanggan, serta

(3) sulit ditiru oleh pesaing





(3) Profil Tenaga Kerja

- Sampaikan dan uraikan profil TENAGA KERJA di perusahaan?.
- Apa perubahan terakhir yang dirasakan oleh perusahaan, berkaitan dengan komposisi dan kebutuhan tenaga kerja?.
- **Apa saja KELOMPOK dan SEGMENTASI tenaga kerja, sesuai persyaratan pendidikan yang berbeda untuk setiap kelompok dan segmen tenaga kerja yang berbeda, dan berdasarkan elemen-elemen utama yang mendorong keterikatan mereka untuk mewujudkan MISI dan VISI perusahaan?.**
- Apa saja organisasi sebagai perwakilan serikat para pekerja?
- Apa saja persyaratan khusus berkaitan dengan persyaratan kesehatan dan keselamatan tenaga kerja?.

Aset

- **Apa saja fasilitas, teknologi dan peralatan utama yang digunakan oleh perusahaan?**



Persyaratan regulasi

Pembina Badan Usaha



Pembina Teknis

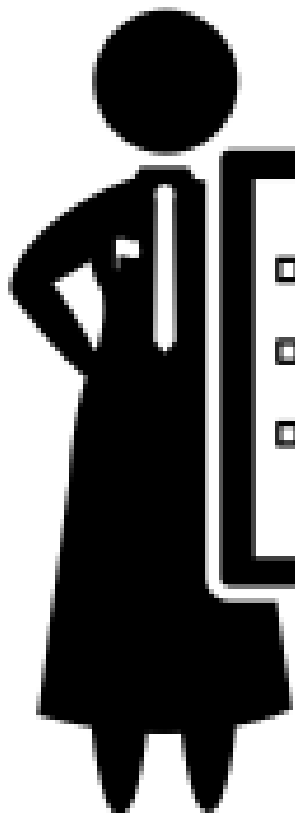


(5) Persyaratan Regulasi

- **Apa saja regulasi, peraturan, ketentuan hukum atau undang-undang yang harus ditaati oleh perusahaan?.**
- Apa saja peraturan yang wajib diterapkan berkaitan dengan ketentuan KESEHATAN dan KESELAMATAN KERJA (K3), persyaratan akreditasi, sertifikasi atau registrasi, standar industri dan peraturan-peraturan lainnya terkait dengan peraturan lingkungan hidup, regulasi keuangan dan regulasi produk?.



Apa saja regulasi, peraturan, ketentuan hukum atau undang-undang yang harus ditaati oleh perusahaan?.



11	Persyaratan Regulasi	<p>Peraturan perundang-undangan yang berlaku dan berdampak pada operasi perusahaan antara lain adalah:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. UU No.8 tahun 1995 tentang “Pasar Modal” 2. UU No.40 tahun 2007 tentang “Perseroan Terbatas” 3. UU No.18 tahun 1999 tentang “Jasa Konstruksi” 4. UU No.19 tahun 2003 tentang “BUMN” 5. UU No.28 tahun 2002 tentang “Bangunan Gedung” 6. UU No.13 tahun 2003 “Ketenagakerjaan” 7. UU No.5 tahun 1999 “Larangan Praktek Monopoli & Persaingan Usaha Tidak Sehat” 8. UU No. 1 tahun 2015 tentang Jaminan Sosial Kesehatan 9. UU No. 7 tahun 2015 tentang Jaminan Sosial Ketenagakerjaan
12	Peraturan yang wajib diterapkan berkaitan dengan ketentuan kesehatan dan keselamatan kerja (K3)	<p>Peraturan Kesehatan dan Keselamatan Kerja;</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. UU No. 1 tahun 1970 tentang Keselamatan dan Kesehatan Kerja 2. PP No. 50 Tahun 2012 tentang Sistem Manajemen K3 (SMK3) 3. UU No. 23 Tahun 1997 tentang AMDAL



PERATURAN - PERUNDANGAN

Korporasi

- UU 40/2007 ttg Perseroan Terbatas.
- UU 19 /2003 ttg BUMN.
- Anggaran Dasar Perseroan
- Keputusan Menteri BUMN No. PER-01/MBU/2011 ttg Penerapan Praktek GCG pada BUMN dan perubahannya No. PER-09/MBU/2012.
- UU 8/1999 ttg Perlindungan Konsumen

PKBL

- PER-09/MBU/07/2015 tahun 2015 Tanggal 3Juli 2015

Ketenaga kerjaan

- UU 13/2003 ttg Ketenagakerjaan.
- UU 11/ 1992 ttg Dana Pensiun.
- UU 21/2000 ttg Serikat Pekerja.
- UU 40/2004 ttg Sistem Jaminan Kesejahteraan Nasional
- UU 02/2004 ttg Penyelesaian Perselisihan Hubungan Industrial
- UU 24/2011 ttg Badan Penyelenggara Jaminan Sosial
- PP 44/2015 ttg Jaminan Kecelakaan dan Kematian,
- PP 45/2015 ttg Jaminan Pensiun
- PP 46/2015 ttg Jaminan Hari Tua dan perubahannya 60/2015
- Perpres 12/2013 ttg Jaminan Kesehatan serta perubahannya 111/2013
- Kepmenakertrans 48/Men/IV/2004 ttg Tata Cara Pembuatan & Pengesahan Peraturan Perusahaan Serta Pembuatan & Pendaftaran PKB dan perubahannya No. 48/MEN/IV/2004.

Pajak

- UU 28/2007 ttg Ketentuan Umum & Tata Cara Perpajakan; UU 36/2008 ttg PPh. ; UU 42/2009 ttg PPN.
- UU 20 /2000 ttg BPHTB.

Umum & Logistik

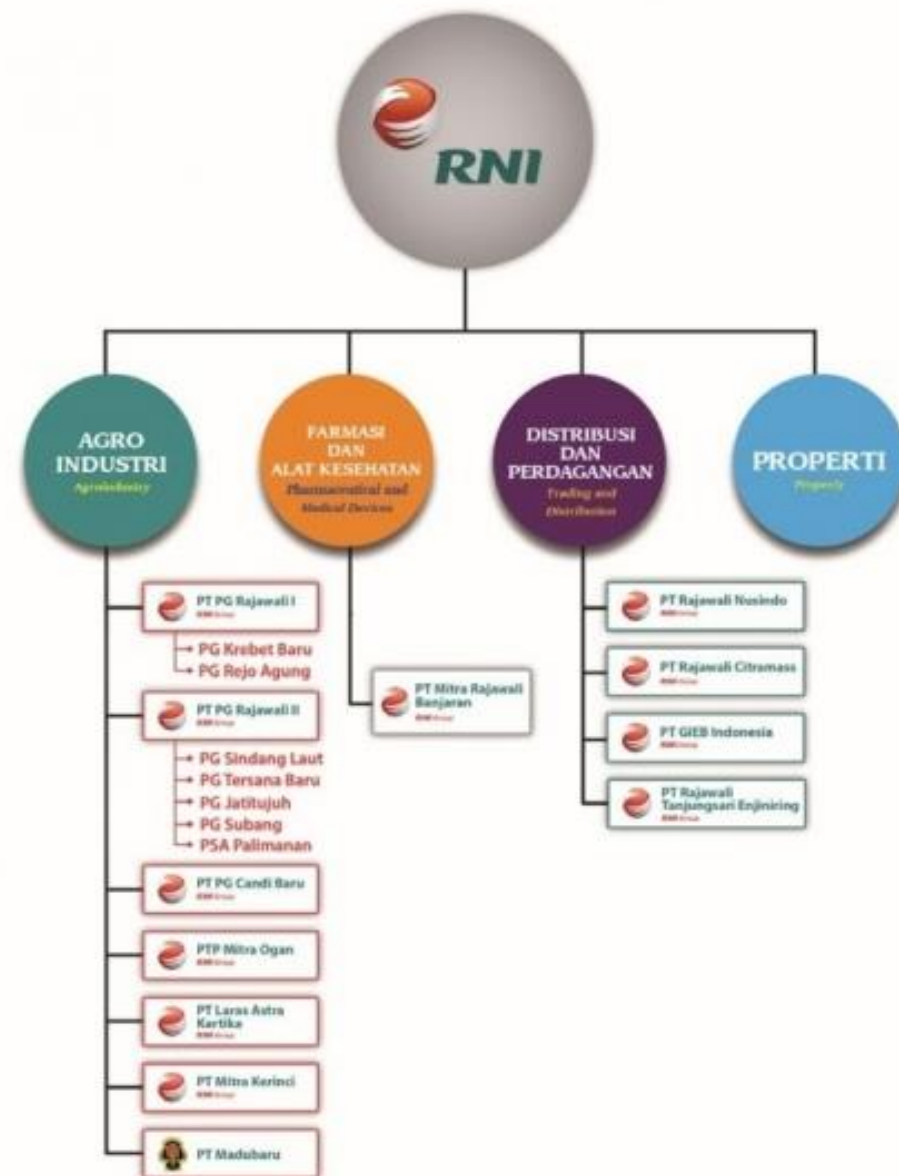
- Permen BUMN No. 05/ MBU/2008 ttg Pedoman Umum Pelaksanaan Pengadaan Barang & jasa BUMN dan perubahannya No. 155/MBU/2012.
- SE Meneg BUMN 03/ MBU/2009 ttg Pengurusan & Pengamanan Aset Perusahaan.

b. Hubungan Organisasi (*organizational relationship*)

(1) Struktur Organisasi

- Jelaskan **struktur organisasi perusahaan** dan sistem tata kelolanya?.
- Jelaskan mekanisme/alur pelaporan antar organ perseroan (RUPS ; Dewan Komisaris/Dewan Pengawas ; Direksi), antar pimpinan senior, juga **antara perusahaan induk dengan anak perusahaan?**, jika sesua

DIREKSI





b.(2).1 Apa saja segmen PASAR, segmen PELANGGAN dan kelompok PEMANGKU KEPENTINGAN utama?, jika sesuai.

Segmentasi pasar adalah kegiatan membagi suatu **pasar** menjadi **kelompok-kelompok pembeli yang berbeda** yang memiliki kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran yang berbeda

Segmentasi Pelanggan ; Perusahaan dapat hidup dan berkembang karena mempunyai **pelanggan-pelanggan yang memberikan keuntungan bagi perusahaan**. ... **Pelanggan** yang kita layani kemudian kita bagi menjadi segment-segment sesuai dengan layanan/produk yang akan kita berikan. Inilah yang disebut **segmentasi pelanggan** atau **customer segments**.

(2) Pelanggan dan Pemangku Kepentingan

Apa saja segmen PASAR, segmen **PELANGGAN** dan kelompok **PEMANGKU KEPENTINGAN** utama?, jika sesuai.

Apa saja **PERSYARATAN dan HARAPAN** yang paling utama dari mereka, atas produk, layanan dukungan kepada pelanggan dan operasional perusahaan?.

Apa saja perbedaan dalam persyaratan dan harapan, dari setiap segmen pasar, segmen pelanggan dan kelompok pemangku kepentingan tersebut?.



(3) Pemasok dan Mitra

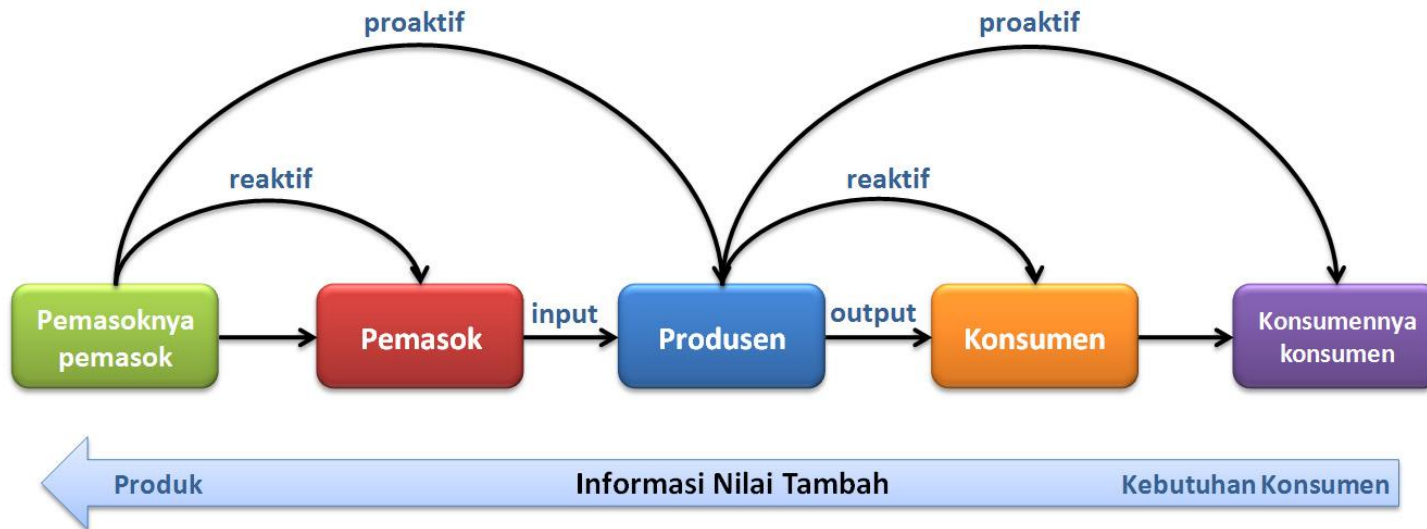
- Apa saja jenis PEMASOK, MITRA dan KOLABORATOR utama?.
- Apa peran masing-masing dari mereka :
 - pada kegiatan operasional dan terhadap kinerja perusahaan, khususnya dalam menghasilkan dan menyampaikan produk utama dan dukungan layanan kepada pelanggan?
 - dalam meningkatkan daya saing perusahaan?.
- Apa saja **MEKANISME** komunikasi dua arah yang digunakan oleh perusahaan dalam berhubungan dengan pemasok, mitra dan kolaborator utama?.
- Jika ada, Apa saja peran dan aturan main untuk pemasok, mitra dan kolaborator dalam berkontribusi melahirkan dan menerapkan INOVASI?.

P.1b(3) Mekanisme komunikasi harus menggunakan bahasa yang dapat dimengerti, bisa berupa tatap muka, komunikasi via e-mail, komunikasi via media sosial, atau komunikasi elektronik lainnya, atau komunikasi melalui telepon. Kebanyakan perusahaan, akan merubah cara berkomunikasi seiring dengan berubahnya persyaratan pasar, pelanggan, atau pemangku kepentingan.

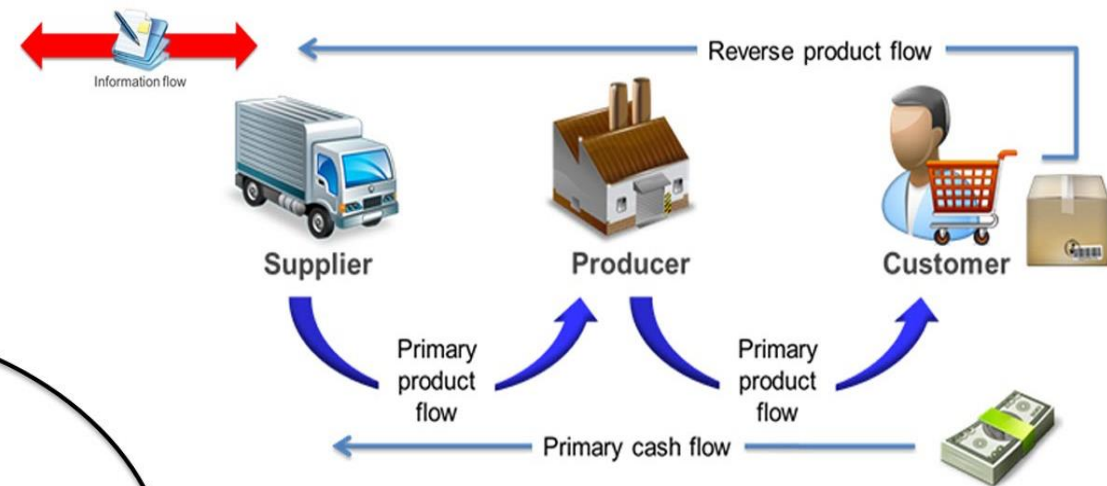


PEMASOK

Pemasok adalah mitra penting bagi setiap perusahaan. Saat ini, konsumen tidak hanya menuntut pengusaha agar bertindak sesuai standar dan prinsip tertentu, mereka juga semakin **mengharapkan agar rantai pasokan perusahaan berpegang pada kode etik yang sama.**



WHAT IS SUPPLY CHAIN MANAGEMENT?





P.2 Situasi Organisasi

Dalam merespon pertanyaan, sertakan jawabannya atas pertanyaan-pertanyaan berikut :

a. Suasana Persaingan (*competitive environment*)

(1) Posisi Daya Saing

- Tunjukkan dan jelaskan posisi daya saing perusahaan?.
- **Tunjukkan dan jelaskan posisi perusahaan di industrinya dan di pasar yang dilayani? (contoh : posisi pangsa pasar, posisi pertumbuhan perusahaan, dan posisi relatif lainnya).**
- Berapa jumlah pesaing dan jenis pesaing, yang dihadapi oleh perusahaan?

(2) Perubahan Situasi Persaingan

Jika ada, sebutkan perubahan-perubahan penting yang terjadi dan dapat mempengaruhi posisi daya saing perusahaan, termasuk perubahan-perubahan yang menuntut perusahaan untuk melakukan inovasi dan berkolaborasi dengan pihak lain?.

(1) Posisi Daya Saing

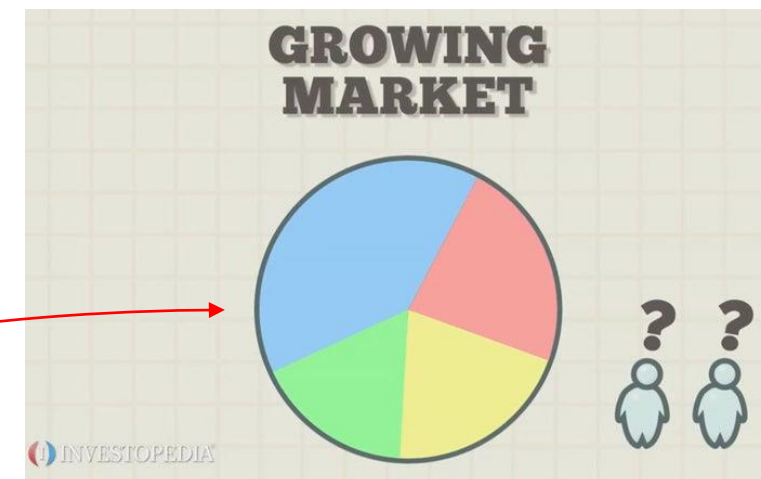
Tunjukkan dan jelaskan posisi daya saing perusahaan?.

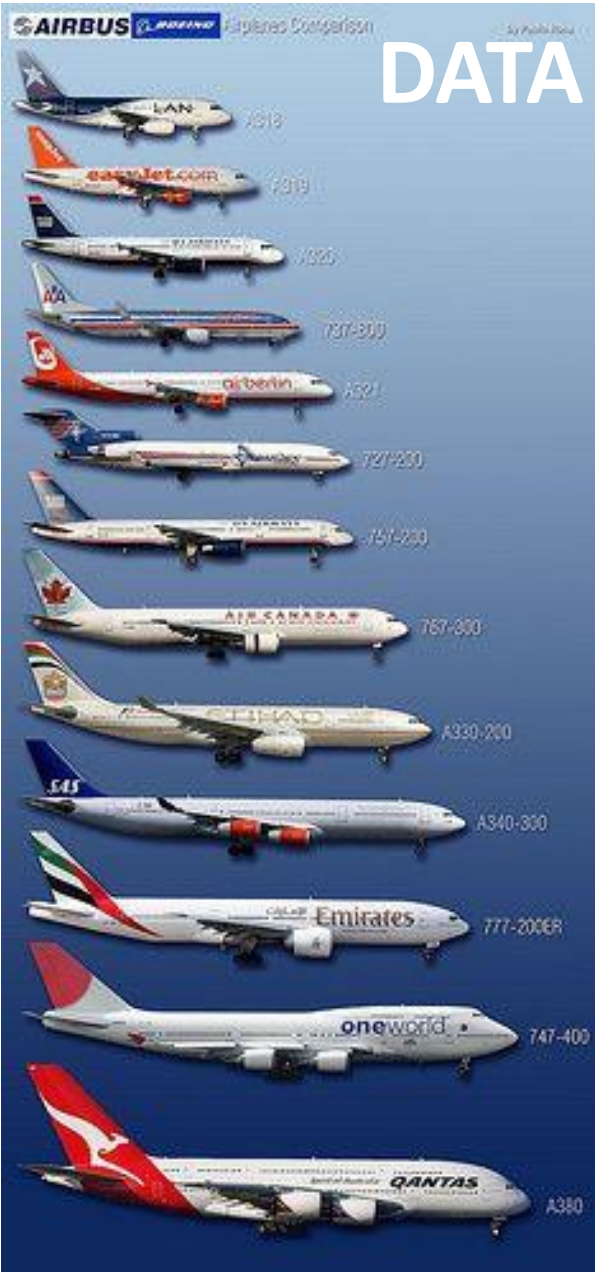
Tunjukkan dan jelaskan posisi perusahaan di industrinya dan di pasar yang dilayani? (contoh : posisi pangsa pasar, posisi pertumbuhan perusahaan, dan posisi relatif lainnya).

Berapa jumlah pesaing dan jenis pesaing, yang dihadapi oleh perusahaan?

Visi :

Menjadi Perusahaan investment holding terbaik di tingkat **regional** dengan basis Agro Industri, Farmasi & Alat Kesehatan, Distribusi & Perniagaan dan Properti





DATA PEMBANDING

- Sumber Data
- Data Pesaing
- Pembanding diluar industry
- Keterbatasan dan Hambatan



KONTEKS STRATEGIS

Tantangan & Keunggulan Strategis

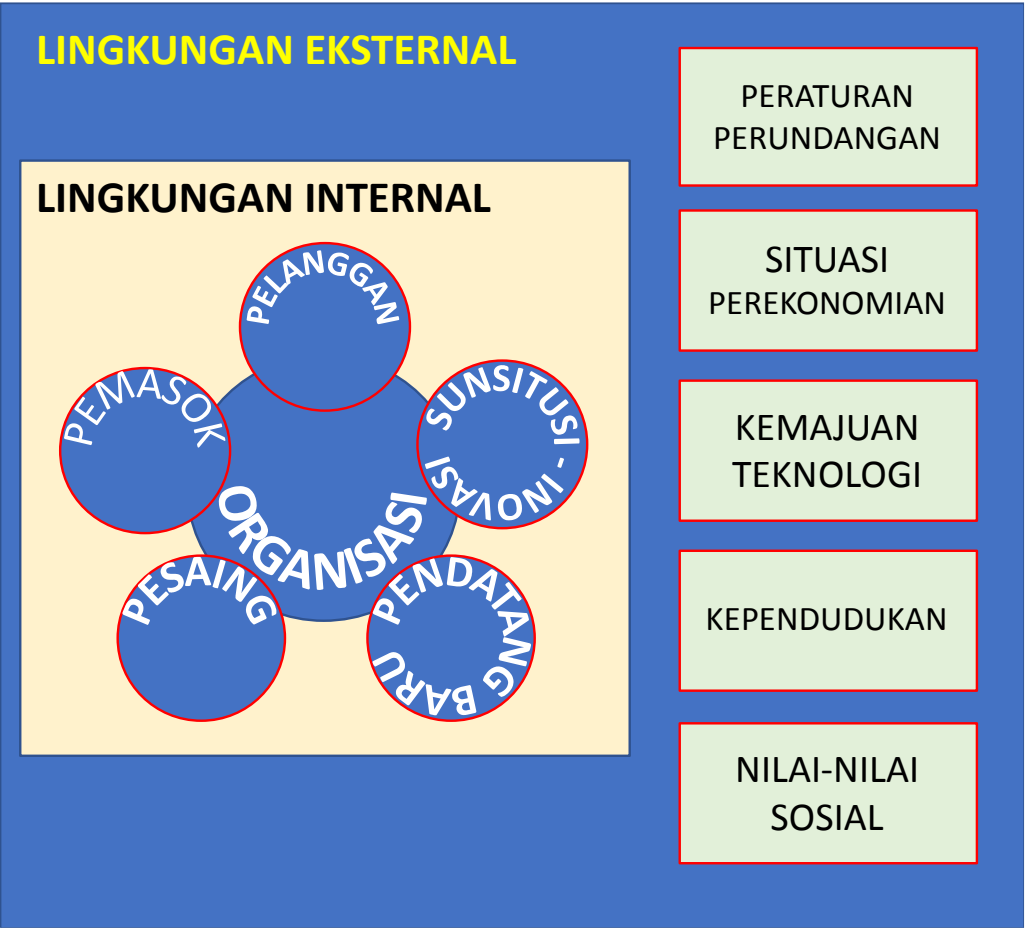
- Bisnis
- Operasional
- Tanggung jawab sosial
- Tenaga Kerja



PENINGKATAN KINERJA

- Elemen Utama
- Evaluasi & perbaikan
- Proses

Lingkungan organisasi adalah segala sesuatu yang dapat mempengaruhi kelangsungan, eksistensi, keberadaan, dll yang menyangkut organisasi baik dari dalam maupun dari luar.



(3) Data Pembandingan

- Apa saja sumber **data pembandingan** dan **data pesaing** di dalam industri, yang digunakan oleh perusahaan?.
- Apa saja sumber **data pembandingan diluar industri**, yang digunakan oleh perusahaan?.
- Jika ada, Apa saja **keterbatasan atau hambatan** yang mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk dapat menggunakan data-data tersebut diatas?.



b. Konteks Strategis (*Strategic Context*)

- Apa saja TANTANGAN dan KEUNGGULAN STRATEGIS utama perusahaan dalam aspek :
 - bisnis,
 - operasional,
 - tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*), dan
 - tenaga kerja?.

c. Sistem Peningkatan Kinerja

- Apa saja elemen utama sistem peningkatan kinerja yang diterapkan oleh perusahaan?, termasuk didalamnya evaluasi dan perbaikan pada kegiatan utama organisasi dan proses?.

Tantangan Strategis

CONTOH

P.2b Tantangan dan keunggulan strategis dapat meliputi : **teknologi, produk, finansial, operasi**, (termasuk kemandirian data dan informasi), struktur dan budaya organisasi, kemampuan induk perusahaan, pelanggan dan pasar, pengakuan atas merek dan reputasi, situasi industri, globalisasi, perubahan iklim, rantai nilai (*value chain*) dan tenaga kerja (orang).

Keunggulan strategis dapat meliputi **diferensiasi** seperti keunggulan harga, jasa perancangan, tingkat inovasi, lokasi yang strategis/tepat, kemudahan diakses, garansi serta pilihan produk

Tantangan Strategis

Bisnis :

- Digitalisasi
- Disruption

Operasi :

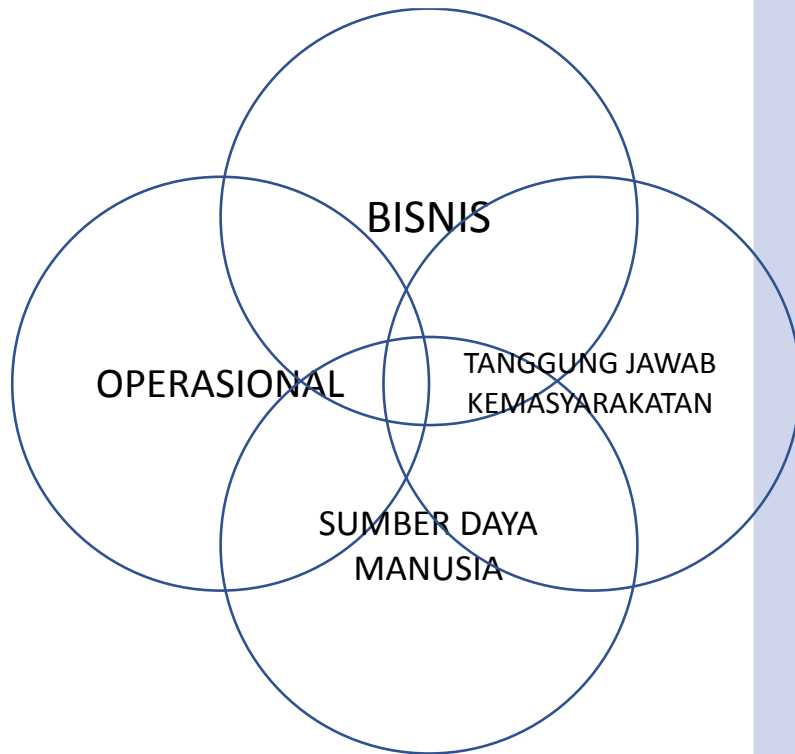
- manajemen dan kualitas

SDM :

- Pertumbuhan Jumlah SDM berkualitas
- Penyerapan dan Pemahaman Tata Nilai Perusahaan di seluruh karyawan

Tanggung jawab kemasyarakatan :

- Program implementasi CSR yang belum tersistem, baik dari sisi program dan manfaat



Keunggulan Strategis

Bisnis :

- Perusahaan sudah masuk dalam kajian-kajian disruption
- Masih memiliki kemampuan leverage yang tinggi

Operasi :

- Menggunakan sistem teknologi terintegrasi

SDM :

- Memiliki budaya Inovatif
- Memiliki budaya kekeluargaan dan profesional

Tanggung jawab masyarakat:

- Pengalaman dalam menjalankan program PKBL dan CSR terkait dengan lingkungan sosial
- Memiliki Green Program dalam penelitian dan aktifitas pengembangan usaha bagi masyarakat.

MENGUKUR KEMATANGAN PROSES



Intepretasi KPKU-BUMN 2019

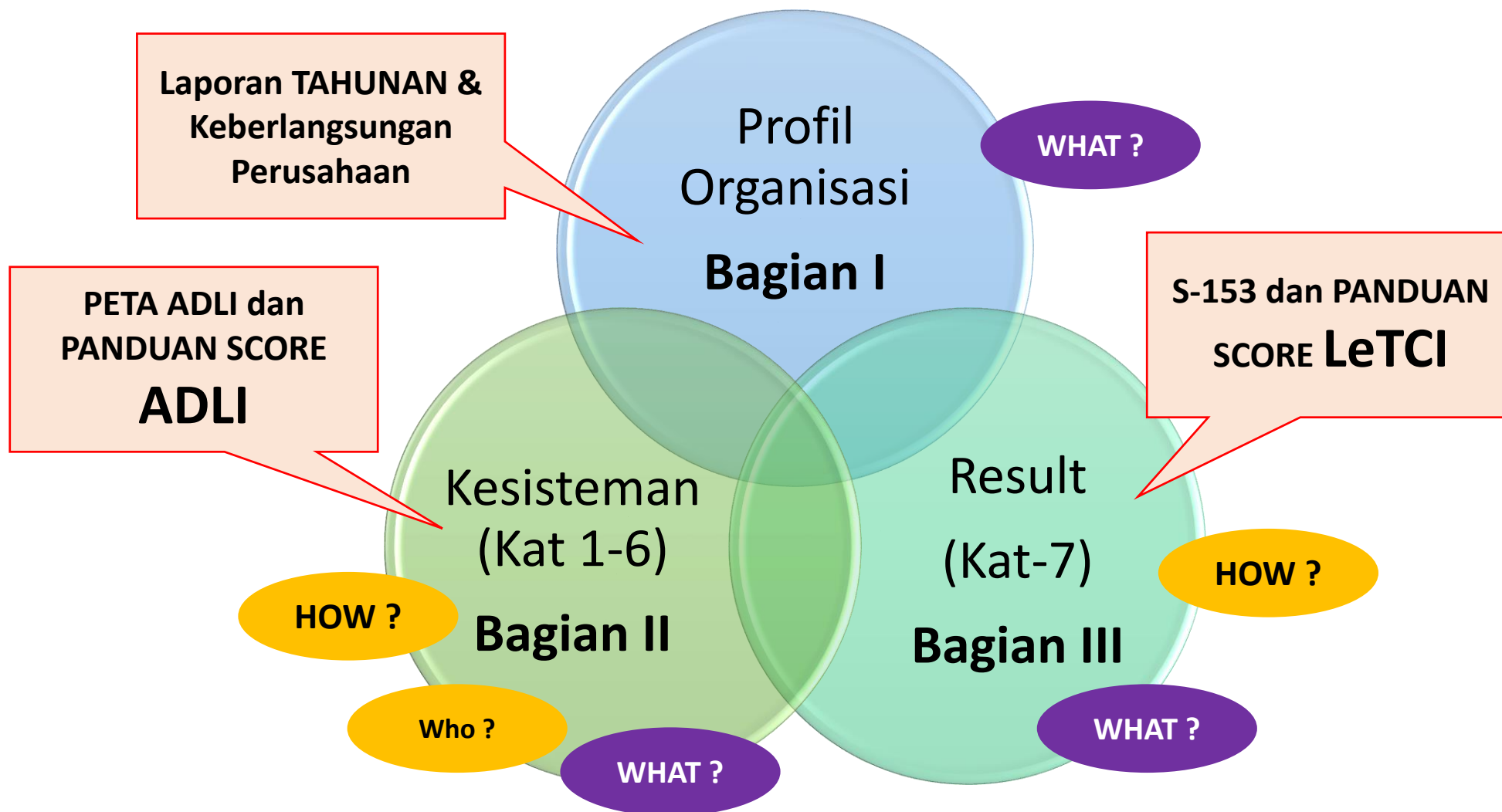
**RAHASIA
TERBATAS**

Rujukan Materi



FORUM EKSELEN BUMN

Dokumen Laporan KPKU-BUMN



STRUKTUR KRITERIA

Struktur Kriteria KPKU terdiri dari **KATEGORI, SUB KATEGORI, BIDANG** dan **SUB BIDANG**.

- **Kategori**

KPKU BUMN terdiri dari 7 Kategori, yaitu enam Kategori PROSES (Kategori 1. Kepemimpinan s.d Kategori 6. Operasional) dan satu Kategori HASIL (Kategori 7).

- **Sub Kategori atau Item Kategori**

Untuk kategori PROSES (kategori 1-6), masing-masing kategori terdiri dari dua Sub Kategori, sedangkan untuk kategori HASIL (Kategori 7) terdiri dari lima Sub Kategori.

- **Bidang**

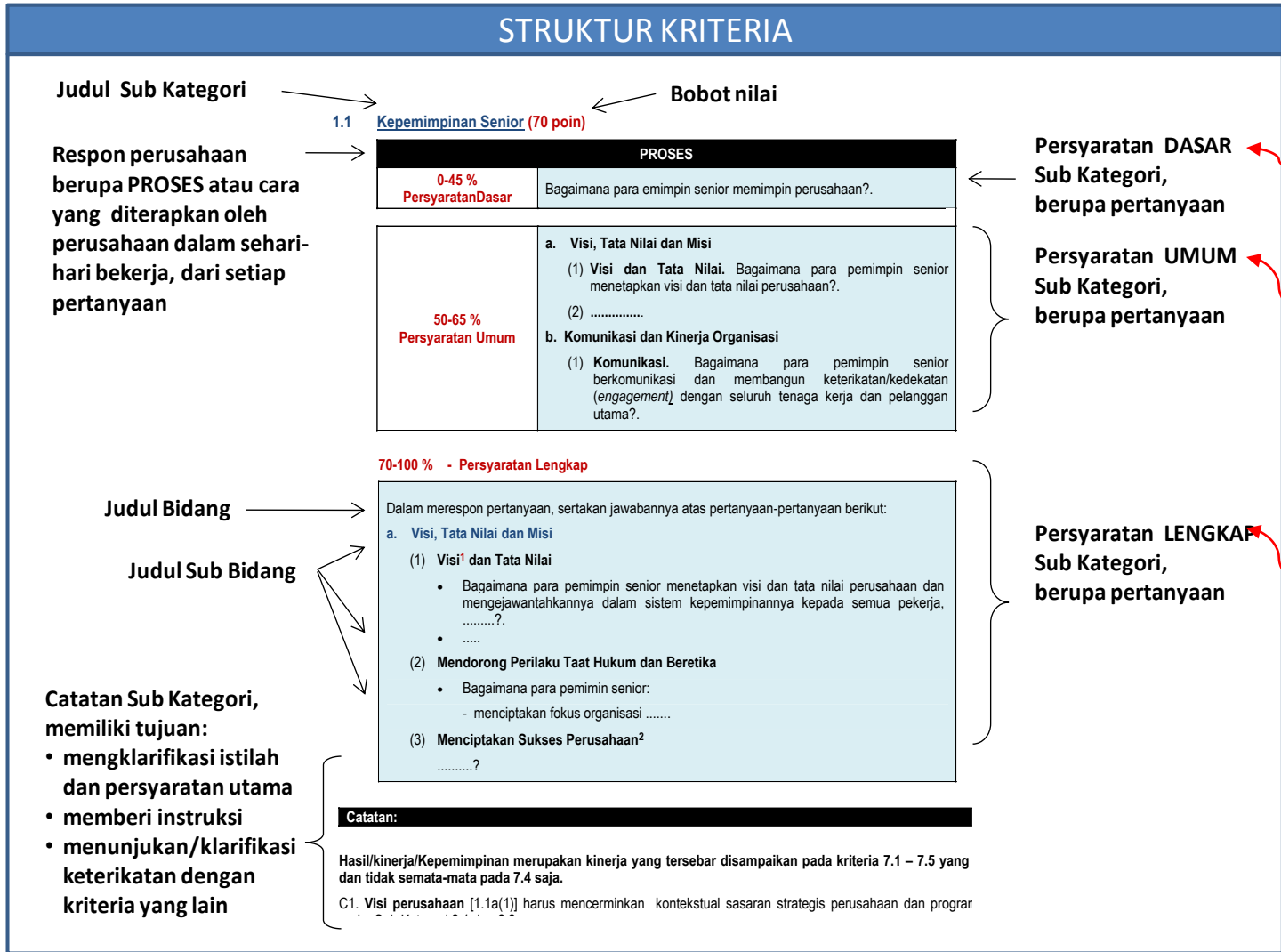
Pada masing-masing Sub Kategori, maka didalamnya terdiri beberapa Bidang (*area to address*).

- **Sub Bidang**

Pada masing-masing Bidang, maka didalamnya terdiri beberapa Sub Bidang (*sub area to address*).

Terkait dengan tingkat penilaian, setiap SUB KATEGORI dibedakan atas tiga level tingkatan nilai yaitu :

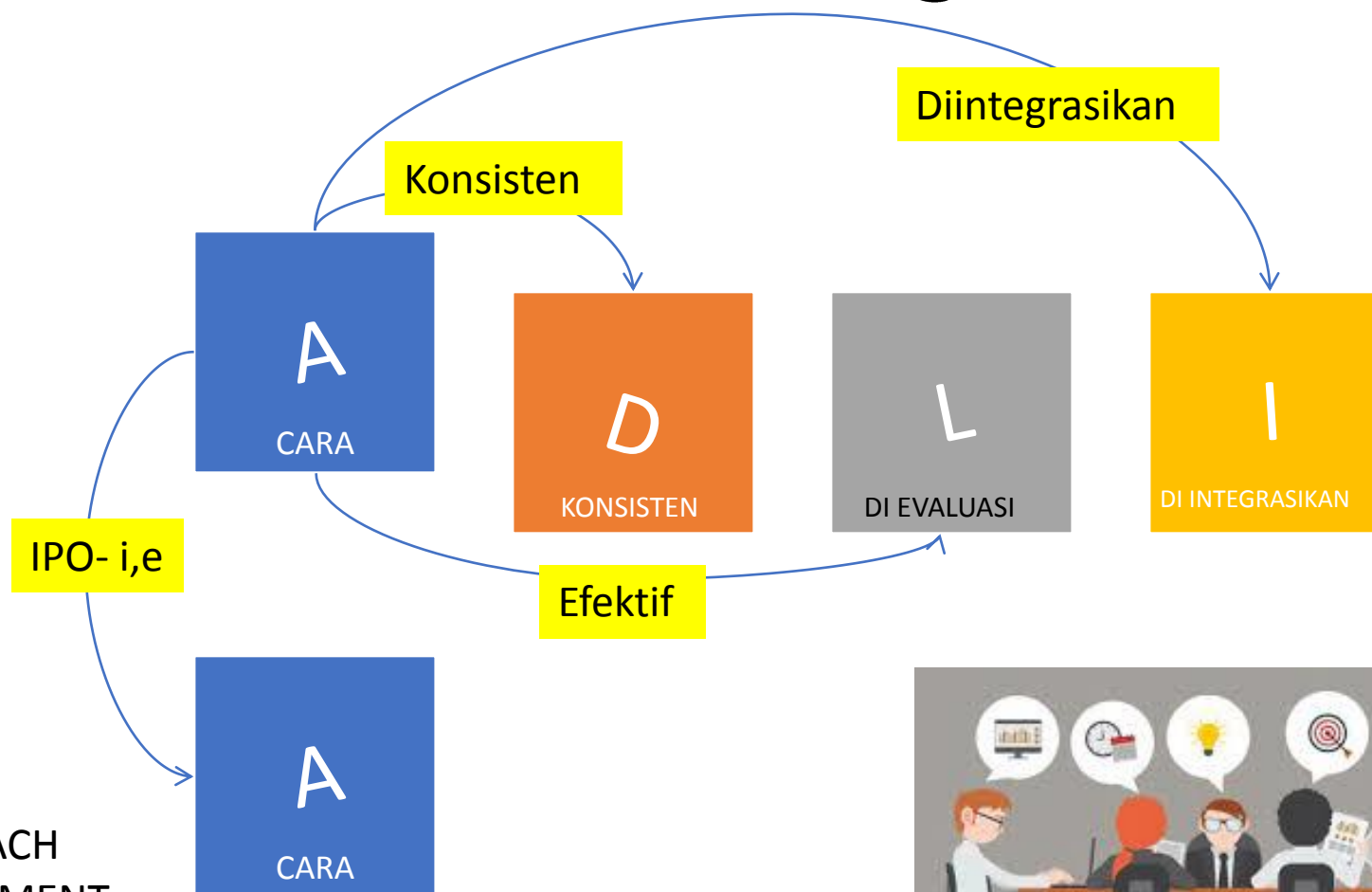
- **Persyaratan Dasar** (*Basic Requirement*) - sebanding dengan level nilai 0-45%.
- **Persyaratan Umum** (*Overall Requirement*) - sebanding dengan level nilai 50-65%.
- **Persyaratan Lengkap** (*Multiple Requirement*) - sebanding dengan level nilai 70-100%



Struktur Kriteria KPKU BUMN



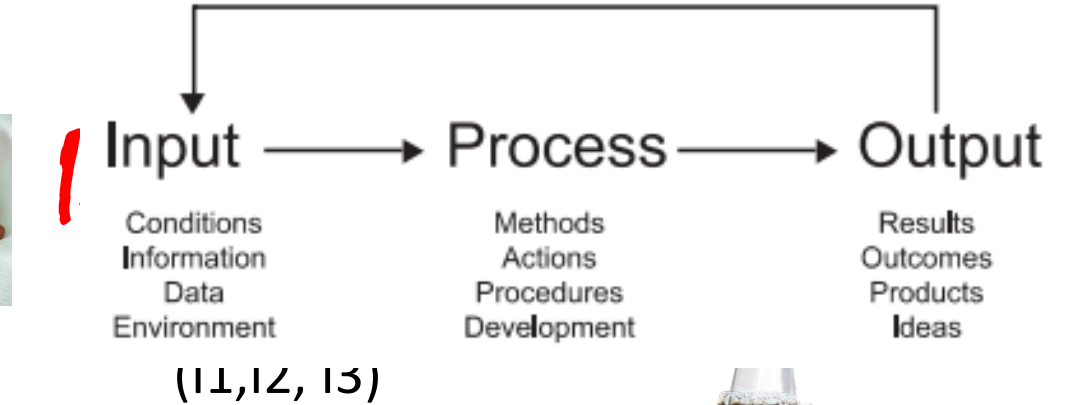
CARA MENILAI dgn ADLI



1. APPROACH TO APPROACH
2. APPROACH TO DEPLOYMENT
3. APPROACH TO LEARNING
4. APPROACH TO INTEGRATION



I-P-O



Proses

Indikator proses:
(P1,P2,P3)

Output

Indikator Output:
01,02,03)



**FENOMENA
TEH BOTOL**

*apapun
makanannya
minumnya ???*

Acuan Perbaikan Sistem

Persyaratan Sistem yang Sistematis dan Efektif

SISTEMATIS

“Sistematis” adalah cara/metode/sistem yang tersusun dengan baik, dapat diulang dan menggunakan data dan informasi didalamnya sehingga dimungkinkan ada pembelajaran. Dengan perkataan lain, sebuah cara/metode/sistem dikatakan sistematis adalah bilamana cara/metode/sistem tersebut ada proses evaluasi, perbaikan dan berbagi (*sharing*) didalamnya, sehingga memungkinkan perusahaan untuk mencapai kematangan proses yang lebih baik dari waktu ke waktu

EFEKTIF

“Efektif” adalah seberapa baik suatu proses atau suatu ukuran mencapai maksud dari tujuannya. Menentukan keefektifan membutuhkan pertimbangan dikaitkan dengan: evaluasi terhadap seberapa baik proses tersebut diselaraskan dengan kebutuhan perusahaan, seberapa baik proses tersebut disebarkan atau evaluasi terhadap hasil dari ukuran kinerja yang digunakan

Acuan Perbaikan Sistem

Persyaratan Sistem yang KONSISTEN & TERINTEGRASI

KEMATANGAN SISTEM

KONSISTEN

konsisten/*kon·sis·ten/ /konsistén/ a*

- **1** tetap (tidak berubah-ubah); taat asas; ajek;
- **2** selaras; sesuai: *perbuatan hendaknya -- dengan ucapan*
- **Konsisten** adalah kemampuan untuk terus menerus berusaha sampai suatu pencapaian berhasil diraih, tidak ada satu hal didunia ini yang bisa menggantikan

INTEGRASI

“integrasi” adalah **harmonisasi rencana-rencana**, proses-proses, informasi, keputusan-keputusan, sumberdaya, tindakan-tindakan, hasil-hasil, dan analisis untuk mendukung tujuan utama di seluruh perusahaan. Integrasi yang efektif melampaui keselarasan dan tercapai ketika masing-masing komponen dari suatu **sistem manajemen kinerja bekerja sebagai unit yang terinterkoneksi penuh**.

Integrasi merupakan salah satu dari dimensi yang dijadikan penilaian dalam mengevaluasi proses maupun Hasil dalam KPKU BUMN.

Kematangan Proses : ADLI

DEPLOYMENT

Penerapannya di perusahaan

INTEGRATION

- Alignment
- Integration

A D L I

APPROACH

- Cara
 - Sistem
 - Methode
 - Kebijakan
- yang digunakan

LEARNING

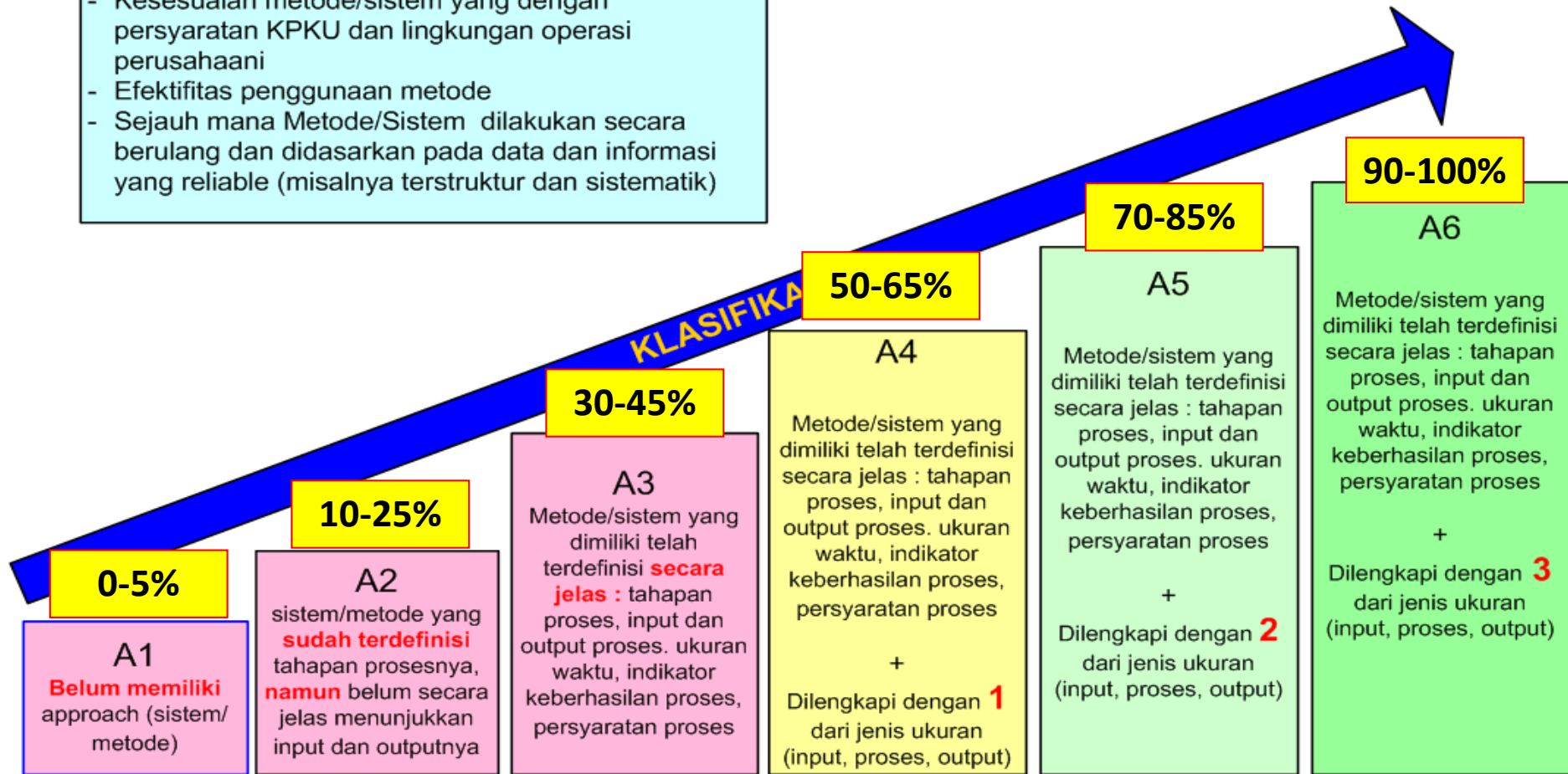
- Evaluasi
- Review
- Sharing
- Improvement
- Innovation
- Change

KLASIFIKASI APPROACH (A1 s.d A6)

Approach

Approach – Metode/Sistem adalah :

- Metode yang dirancang untuk melaksanakan proses.
- Kesesuaian metode/sistem yang dengan persyaratan KPKU dan lingkungan operasi perusahaan
- Efektifitas penggunaan metode
- Sejauh mana Metode/Sistem dilakukan secara berulang dan didasarkan pada data dan informasi yang reliable (misalnya terstruktur dan sistematis)

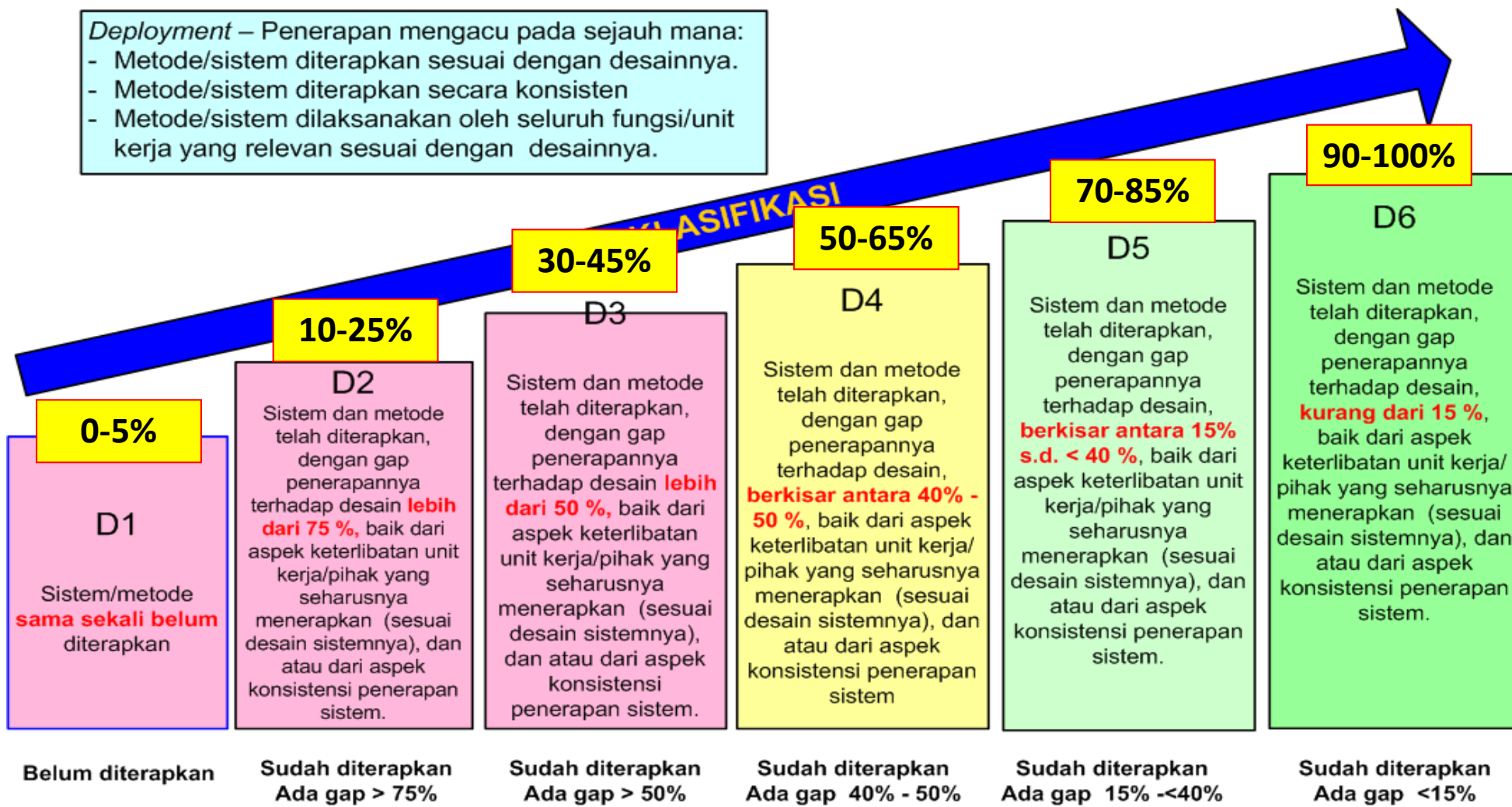


KLASIFIKASI DEPLOYMENT (D1 s.d D6)

Deployment

Deployment – Penerapan mengacu pada sejauh mana:

- Metode/sistem diterapkan sesuai dengan desainnya.
- Metode/sistem diterapkan secara konsisten
- Metode/sistem dilaksanakan oleh seluruh fungsi/unit kerja yang relevan sesuai dengan desainnya.

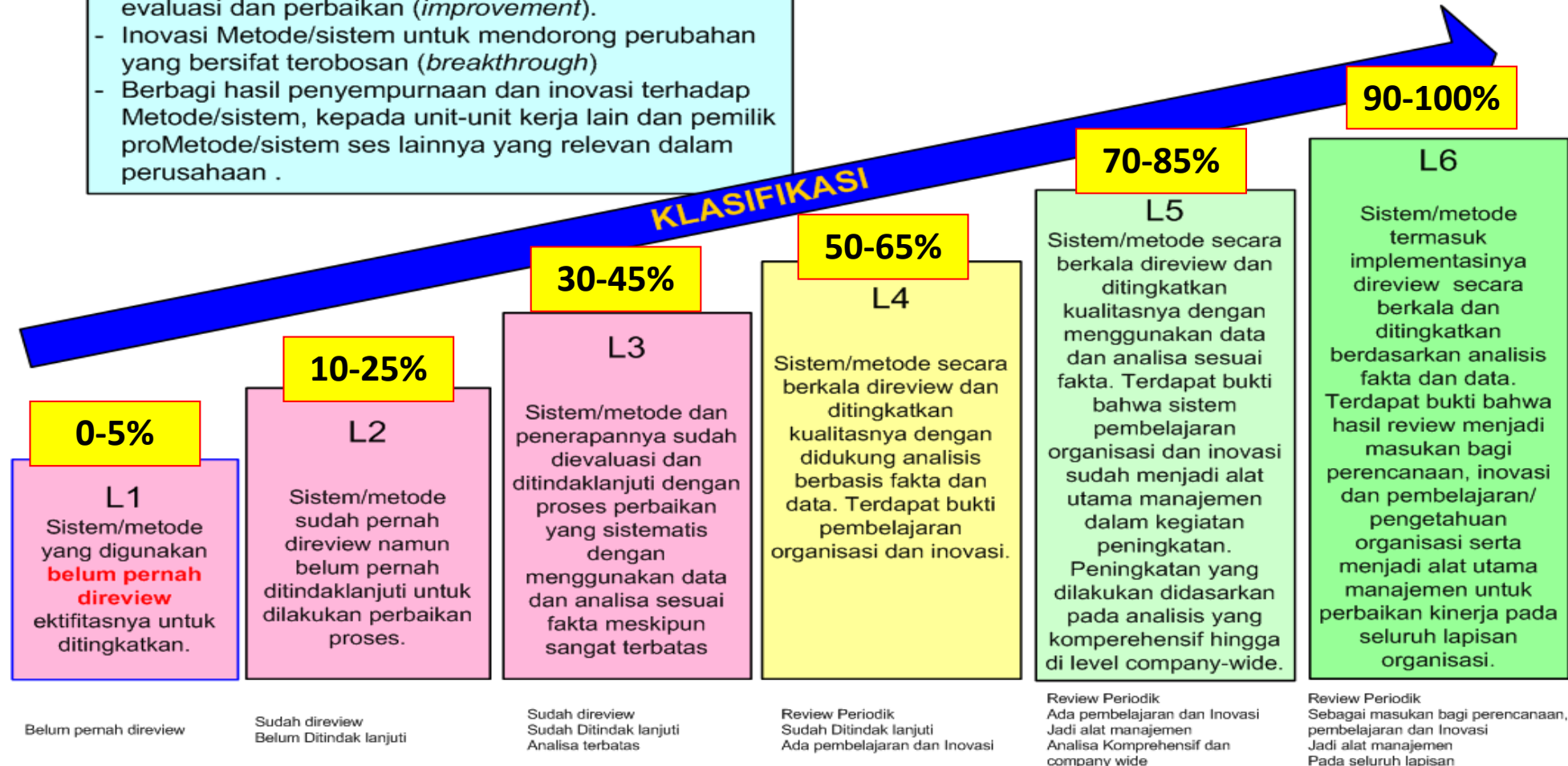


KLASIFIKASI LEARNING (L1 s.d L6)

Learning

Learning – Pembelajaran mengacu pada:

- Penyempurnaan Metode/sistem melalui siklus evaluasi dan perbaikan (*improvement*).
- Inovasi Metode/sistem untuk mendorong perubahan yang bersifat terobosan (*breakthrough*)
- Berbagi hasil penyempurnaan dan inovasi terhadap Metode/sistem, kepada unit-unit kerja lain dan pemilik proMetode/sistem ses lainnya yang relevan dalam perusahaan .

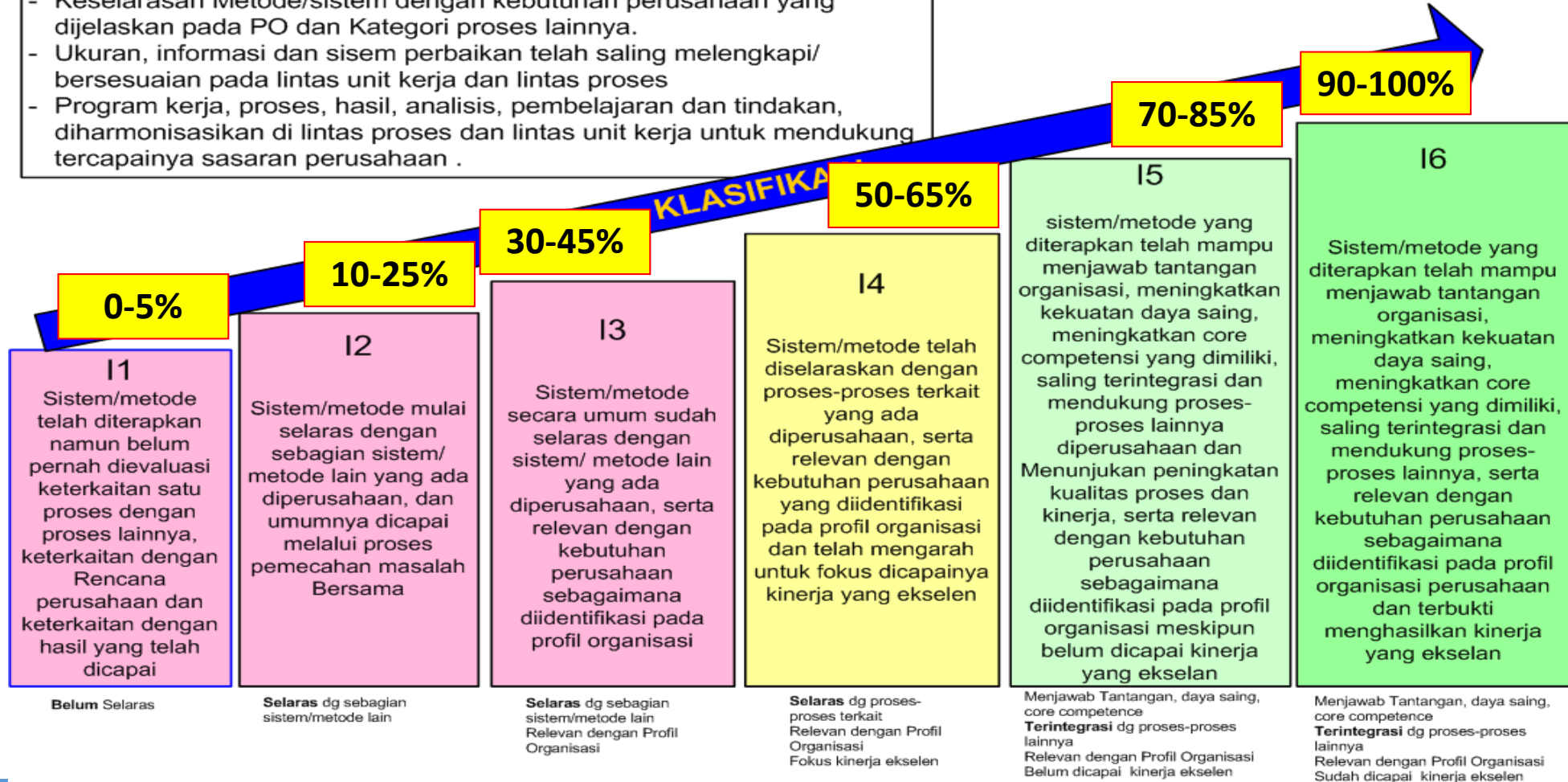


KLASIFIKASI INTEGRATION (I1 s.d I6)

Integration

Integration – Integrasi mengacu pada:

- Keselarasan Metode/sistem dengan kebutuhan perusahaan yang dijelaskan pada PO dan Kategori proses lainnya.
- Ukuran, informasi dan sisem perbaikan telah saling melengkapi/ bersesuaian pada lintas unit kerja dan lintas proses
- Program kerja, proses, hasil, analisis, pembelajaran dan tindakan, diharmonisasikan di lintas proses dan lintas unit kerja untuk mendukung tercapainya sasaran perusahaan .



SKOR	DESKRIPSI PERSPEKTIF ADLI UNTUK MENILAI PROSES KATEGORI 1 - 6
0% atau 5%	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak ditemukan proses/cara/metode yang sistematis, yang memenuhi persyaratan Sub Kategori. (A) • Tidak ditemukan atau sedikit bukti penerapan proses/cara/metode yang sistematis. (D) • Tidak ditemukan bukti orientasi perbaikan yang jelas atau perbaikan yang dilakukan lebih bersifat reaktif terhadap permasalahan. (L) • Tidak ditemukan bukti adanya keselarasan organisasi atau masing-masing bidang/unit kerja bekerja sendiri-sendiri atau tidak terintegrasi. (I)
10%, 15%, 20%, atau 25%	<ul style="list-style-type: none"> • Ditemukan bukti bahwa proses/cara/metode sudah mulai sistematis memenuhi persyaratan dasar (<i>basic requirement</i>) dari Sub Kategori. (A) • Proses/cara/metode berada pada tahap permulaan implementasi pada hampir semua bidang/unit kerja atau masih ditemukan adanya kendala dalam memenuhi persyaratan dasar (<i>basic requirement</i>). (D) • Ditemukan bukti tahap permulaan transisi orientasi perbaikan dari yang bersifat reaktif terhadap permasalahan ke orientasi perbaikan yang lebih proaktif. (L) • Keselarasan proses/cara/metode antar bidang/unit kerja secara umum dicapai melalui penyelesaian masalah secara bersama. (I)
30%, 35%, 40%, atau 45%	<ul style="list-style-type: none"> • Ditemukan bukti adanya proses/cara/metode yang efektif dan sistematis memenuhi persyaratan dasar (<i>basic requirement</i>) Sub Kategori. (A) • Proses/cara/metode telah diimplementasikan walaupun pada beberapa bidang/unit kerja masih pada tahap permulaan penerapan. (D) • Ditemukan bukti tahap permulaan yang sistematis dari proses evaluasi dan perbaikan proses-proses utama. (L) • Proses/cara/metode berada pada tahap permulaan keselarasan dengan kebutuhan dasar perusahaan yang dijelaskan dalam Profil Perusahaan dan Sub Kategori PROSES lainnya. (I)

<p>50%, 55%, 60%, atau 65%</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ditemukan bukti proses/cara/metode yang efektif dan sistematis memenuhi persyaratan umum (<i>overall requirement</i>) Sub Kategori. (A) • Proses/cara/metode diterapkan dengan baik, meskipun penerapannya bervariasi pada beberapa bidang atau unit kerja. (D) • Sudah dijalankan evaluasi dan perbaikan proses/cara/metode berdasar fakta yang sistematis serta beberapa pembelajaran organisasi termasuk inovasi, untuk meningkatkan efisiensi dan Efektivitas proses-proses utama (L) • Proses/cara/metode berada pada tahap permulaan keselarasan dengan kebutuhan umum (<i>overall</i>) perusahaan yang dijelaskan dalam Profil Perusahaan dan Sub Kategori PROSES lainnya. (I)
<p>70%, 75%, 80%, atau 85%</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ditemukan bukti proses/cara/metode yang efektif dan sistematis memenuhi persyaratan lengkap (<i>multiple requirement</i>) Sub Kategori. (A) • Proses/cara/metode diterapkan dengan baik, tidak ada gap penerapan yang signifikan. (D) • Ditemukan bukti nyata penyempurnaan proses/cara/metode, evaluasi dan perbaikan berdasar fakta yang sistematis serta beberapa pembelajaran perusahaan termasuk inovasi merupakan alat utama manajemen sebagai hasil analisis dan dilakukan <i>sharing</i> di tingkat perusahaan. (L) • Proses/cara/metode yang dimiliki perusahaan telah diintegrasikan dengan kebutuhan organisasi saat ini dan masa mendatang yang dijelaskan dalam Profil Perusahaan dan Sub Kategori PROSES lainnya. (I)
<p>90%, 95%, atau 100%</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ditemukan bukti bahwa proses/cara/metode yang efektif dan sistematis telah sepenuhnya memenuhi seluruh persyaratan lengkap Sub Kategori. (A) • Proses/cara/metode telah sepenuhnya diimplementasikan tanpa kelemahan atau gap yang berarti pada berbagai bidang atau unit kerja. (D) • Ditemukan bukti <i>improvement</i> proses/cara/metode, evaluasi dan perbaikan yang sistematis dan berbasis fakta serta pembelajaran perusahaan melalui inovasi, telah menjadi alat utama diseluruh perusahaan, penyempurnaan dan inovasi telah didukung oleh analisis dan dilakukan <i>sharing</i> di seluruh perusahaan. (L) • Proses/cara/metode telah sepenuhnya terintegrasi dengan kebutuhan perusahaan saat ini maupun dimasa mendatang yang dijelaskan dalam Profil Perusahaan dan Sub Kategori PROSES lainnya. (I)

BOBOT NILAI KRITERIA KPKU BUMN

Profil Perusahaan

- P.1 Gambaran Umum Perusahaan
- P.2 Situasi Perusahaan

PROSES
55 %

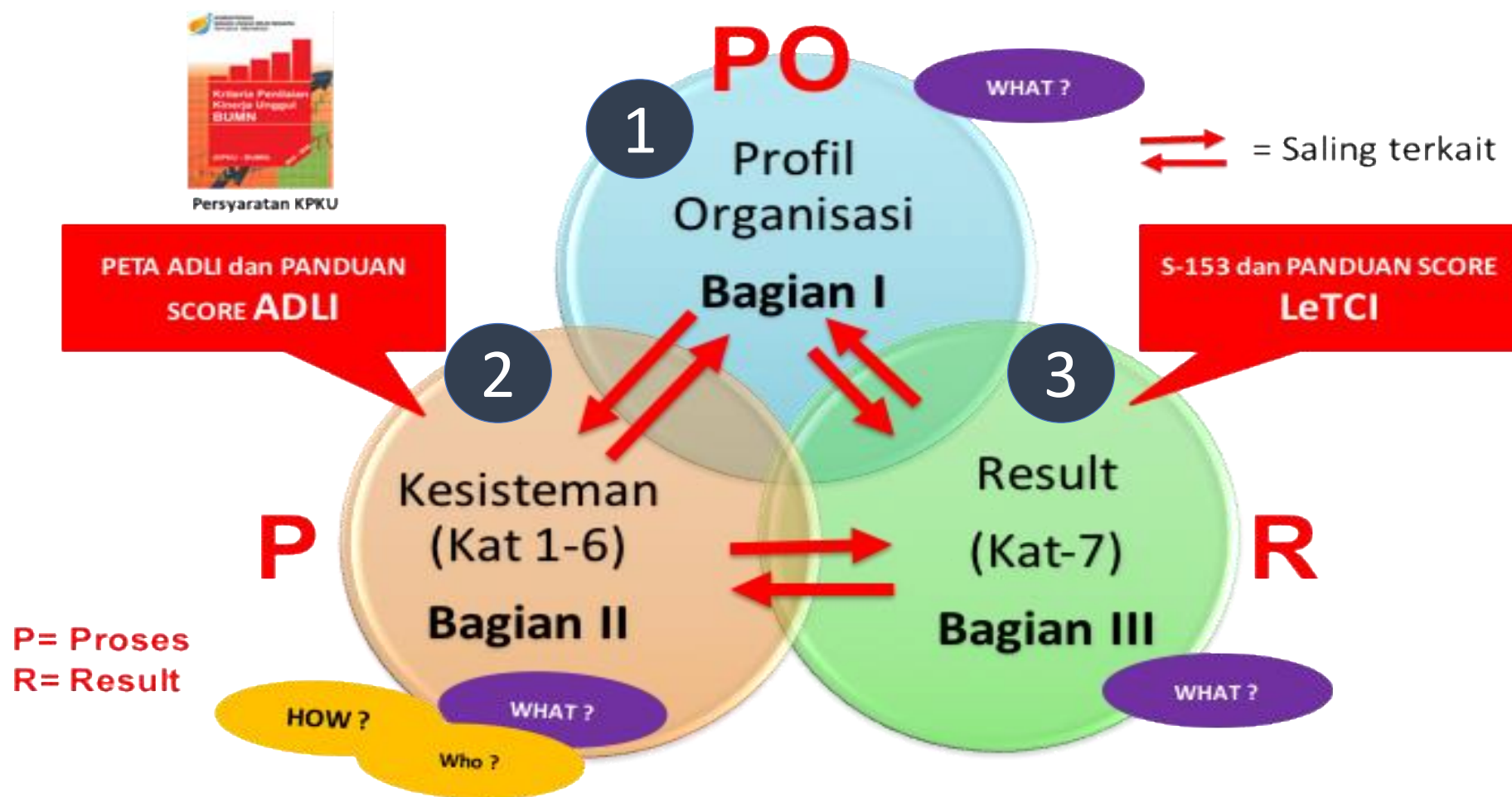
HASIL
45 %

Kategori dan Sub Kategori

Nilai Poin

1. Kepemimpinan	[120]
1.1 Kepemimpinan Senior	70
1.2 Tata Kelola dan Tanggung Jawab Sosial/Masyarakat	50
2. Strategi	[85]
2.1 Pengembangan Strategi	45
2.2 Implementasi Strategi	40
3. Pelanggan	[85]
3.1 Suara Pelanggan	40
3.2 Keterikatan dengan Pelanggan (<i>Customer Engagement</i>)	45
4. Pengukuran, Analisis dan Manajemen Pengetahuan	[90]
4.1 Pengukuran, Analisis dan Peningkatan Kinerja Perusahaan	45
4.2 Informasi dan Manajemen Pengetahuan	45
5. Tenaga Kerja	[85]
5.1 Lingkungan Kerja	40
5.2 Keterikatan dengan Pekerja (<i>Workforce Engagement</i>)	45
6. Operasional	[85]
6.1 Proses Kerja	45
6.2 Efektivitas Operasional	40
7. Hasil-Hasil Usaha	[450]
7.1 Hasil/Kinerja Produk dan Proses	120
7.2 Hasil/Kinerja Pelanggan	80
7.3 Hasil/Kinerja Tenaga Kerja	80
7.4 Hasil/Kinerja Kepemimpinan dan Tata Kelola	80
7.5 Hasil/Kinerja Finansial dan Pasar	90
TOTAL POIN	1.000

3 Bagian Yang Di Review



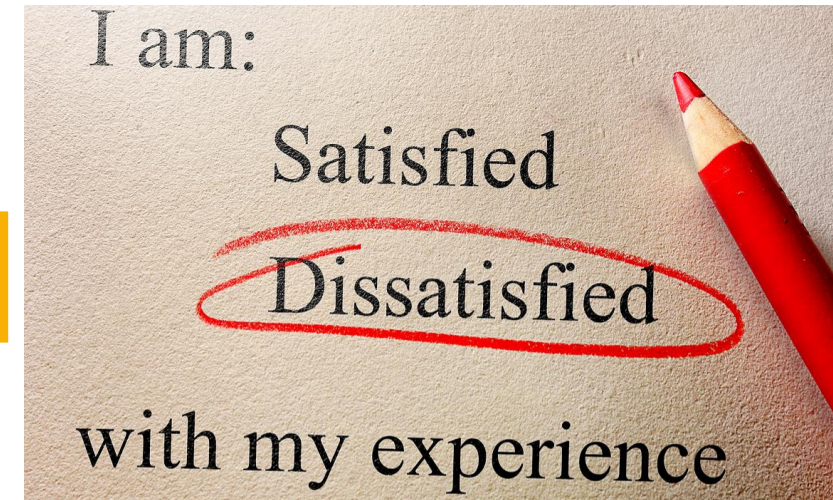
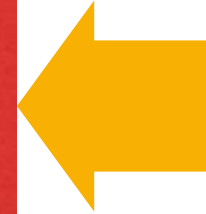
1. APLIKAN : 1, 2, 3

2. ASESOR : 1, 3, 2

Only 1 in 25 unhappy customers complain directly to you.



Customer Complaints



3. PELANGGAN

Bagaimana organisasi Anda **melibatkan pelanggannya** untuk kesuksesan pasar jangka panjang, termasuk **mendengarkan suara pelanggan**, membangun **hubungan pelanggan**, dan menggunakan **informasi pelanggan** untuk meningkatkan dan mengidentifikasi peluang untuk inovasi.



CUSTOMER VOICE

Cara perusahaan **mendengarkan** pelanggan dan mendapatkan informasi mengenai **kepuasan** dan **ketidakpuasan**

CUSTOMER ENGAGEMENT

Cara perusahaan menentukan **produk yang ditawarkan** dan mekanisme komunikasi untuk **mendukung pelanggan**. Cara perusahaan membangun hubungan pelanggan.

3. Pelanggan (85 poin)

Kategori Pelanggan menanyakan bagaimana organisasi Anda melibatkan pelanggannya untuk kesuksesan pasar jangka panjang, termasuk bagaimana organisasi Anda mendengarkan suara pelanggan, membangun hubungan pelanggan, dan menggunakan informasi pelanggan untuk meningkatkan dan mengidentifikasi peluang untuk inovasi.



MENDENGARKAN PELANGGAN

(1) Pelanggan perusahaan saat ini

(2) Calon Pelanggan (Pasar)



(1) Produk yang Ditawarkan

(2) Dukungan kepada Pelanggan

(3) Segmentasi Pelanggan

MENILAI

(1) Kepuasan, Ketidakpuasan dan Keterikatan Pelanggan (*Customer Engagement*)

(2) Kepuasan Relatif terhadap Pesaing

HUBUNGAN PELANGGAN

(1) *Relationship Management*

(2) *Complaint Management*

CUSTOMER SERVICE





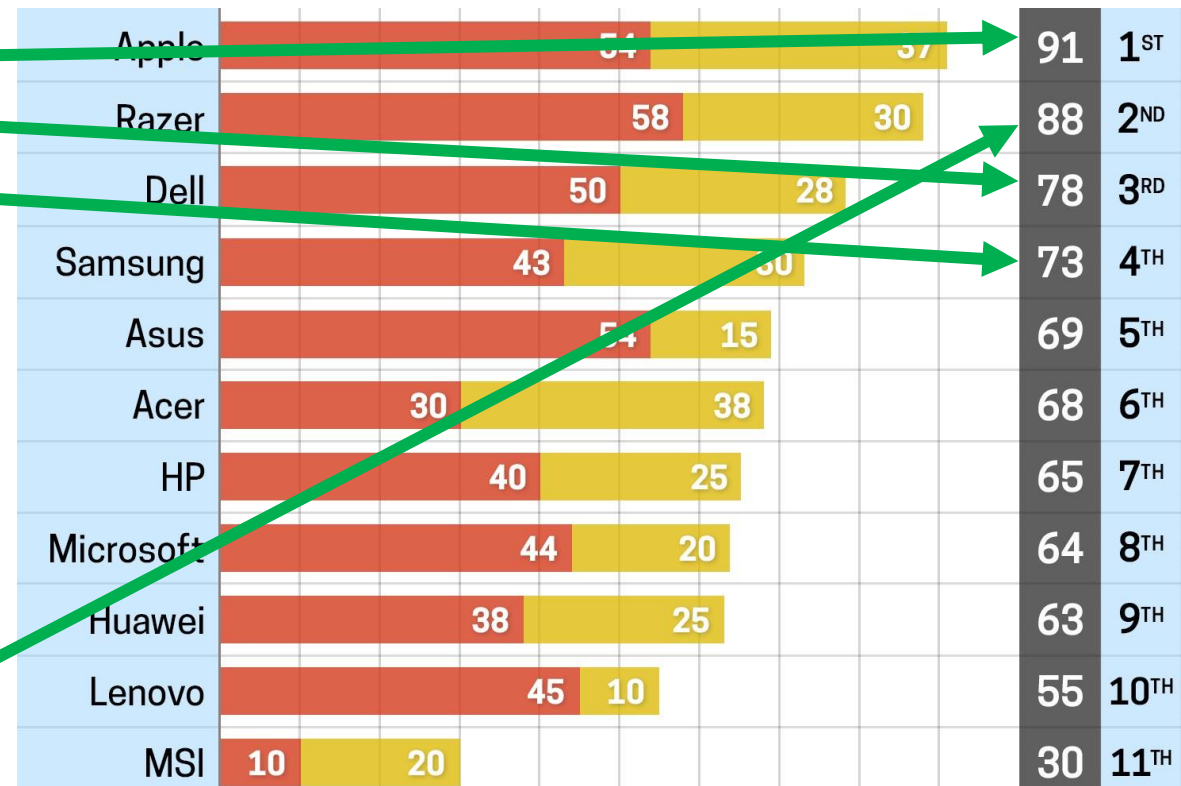
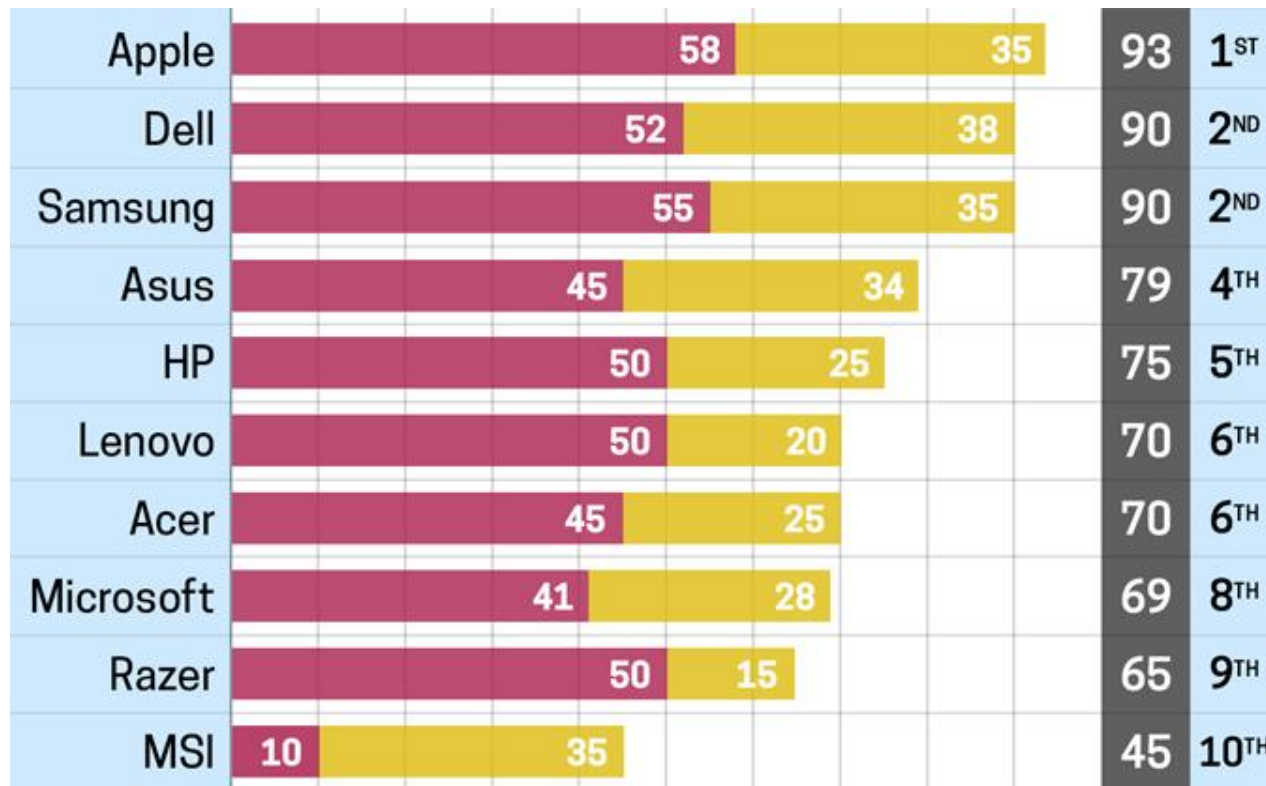
- **Mendengarkan, berinteraksi dan mengamati pelanggan untuk memperoleh informasi**



- **Metoda mendengarkan pelanggan yang beragam**

Laptop Customer Service and Tech Support

Tantangan & Keunggulan Strategis : untuk menentukan pelanggan & pesaing



LAPTOP | Tech Support Showdown 2018

WEB SUPPORT
60 pts max

PHONE SUPPORT
40 pts max

Laptop | TECH SUPPORT SHOWDOWN

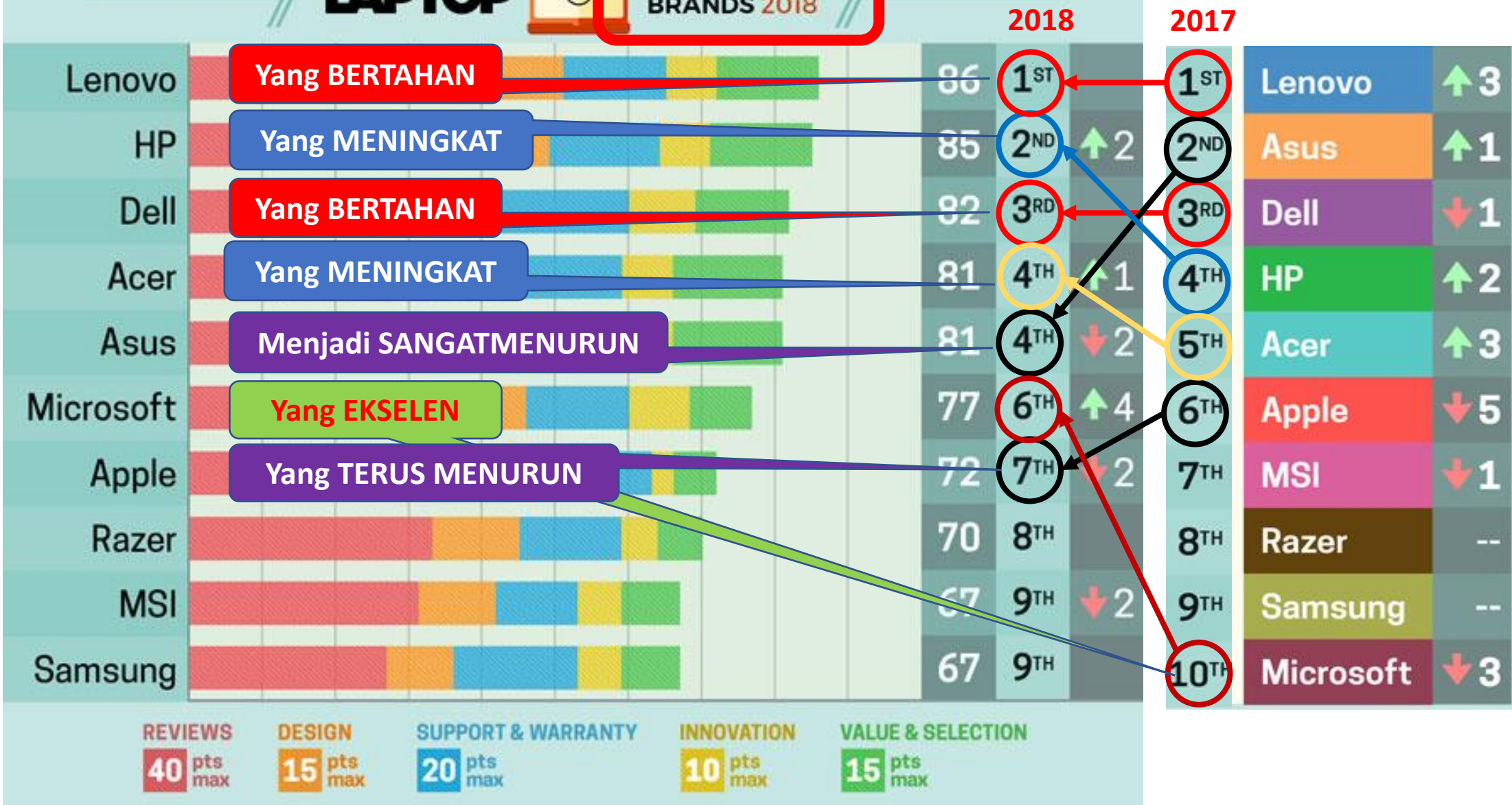
WEB SUPPORT
60 pts max

PHONE SUPPORT
40 pts max

LAPTOP



BEST & WORST BRANDS 2018



Yang BERTAHAN

Yang MENINGKAT

Yang BERTAHAN

Yang MENINGKAT

Menjadi SANGAT MENURUN

Yang EKSELEN

Yang TERUS MENURUN



3. Pelanggan

85

40 poin

3.1 Suara Pelanggan

3.2 Keterikatan Pelanggan

45 poin

DASAR

Bagaimana Perusahaan memperoleh informasi dari pelanggan?

UMUM

1. Bagaimana Perusahaan mendengarkan, berinteraksi dan mengamati pelanggan untuk memperoleh informasi yang sangat berarti atau penting untuk ditindaklanjuti?
2. Bagaimana proses mendengarkan calon pelanggan (pasar) untuk memperoleh informasi yang sangat berarti atau penting untuk ditindaklanjuti?
3. Bagaimana perusahaan menilai kepuasan, ketidakpuasan dan keterikatan pelanggan (customer engagement)?
4. Bagaimana perusahaan memperoleh informasi tentang kepuasan pelanggan dibandingkan dengan kepuasan pelanggan perusahaan lain?

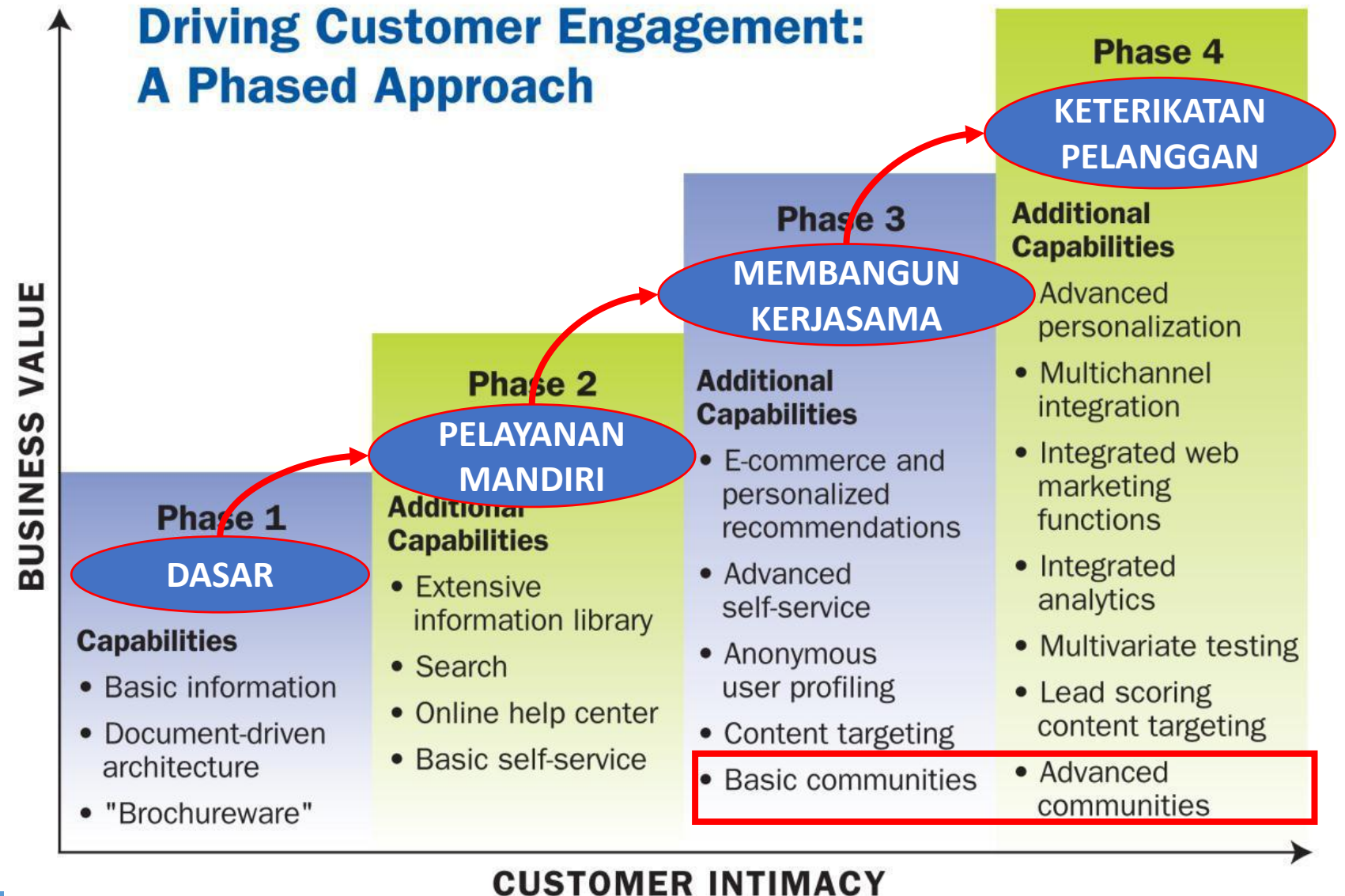
DASAR

Bagaimana Perusahaan membangun keterikatan pelanggan dengan melayani kebutuhan dan membangun hubungan dengan pelanggan?

UMUM

1. Bagaimana perusahaan menentukan penawaran produknya?
2. Bagaimana perusahaan menyediakan sarana yang memungkinkan pelanggan mendapatkan informasi dan memperoleh bantuan/dukungan?
3. Bagaimana perusahaan menetapkan kelompok pelanggan dan segmentasi pasar?
4. Bagaimana perusahaan membangun dan mengelola *customer relationship*?
5. Bagaimana perusahaan mengelola keluhan/complain pelanggan?

Driving Customer Engagement: A Phased Approach



DASAR

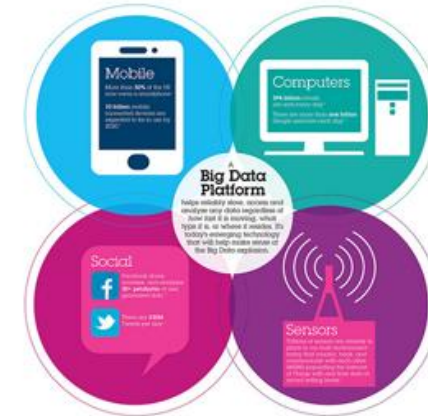
Bagaimana Perusahaan membangun keterikatan pelanggan dengan melayani kebutuhan dan membangun hubungan dengan pelanggan?

KETERIKATAN PELANGGAN

CRM (*Customer Relationship Management*) adalah strategi bisnis yang memadukan proses, manusia dan teknologi. Membantu menarik prospek penjualan, mengkonfersi mereka menjadi pelanggan, dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada, pelanggan yang puas dan loyal.



Big Data:
Makina the World go Round



3. Pelanggan

85

40 poin

3.1 Suara Pelanggan

3.2 Keterikatan Pelanggan

45 poin

LENGKAP

a. Mendengarkan Pelanggan

b. Menilai Kepuasan & Keterikatan Pelanggan

1. Pelanggan perusahaan saat ini

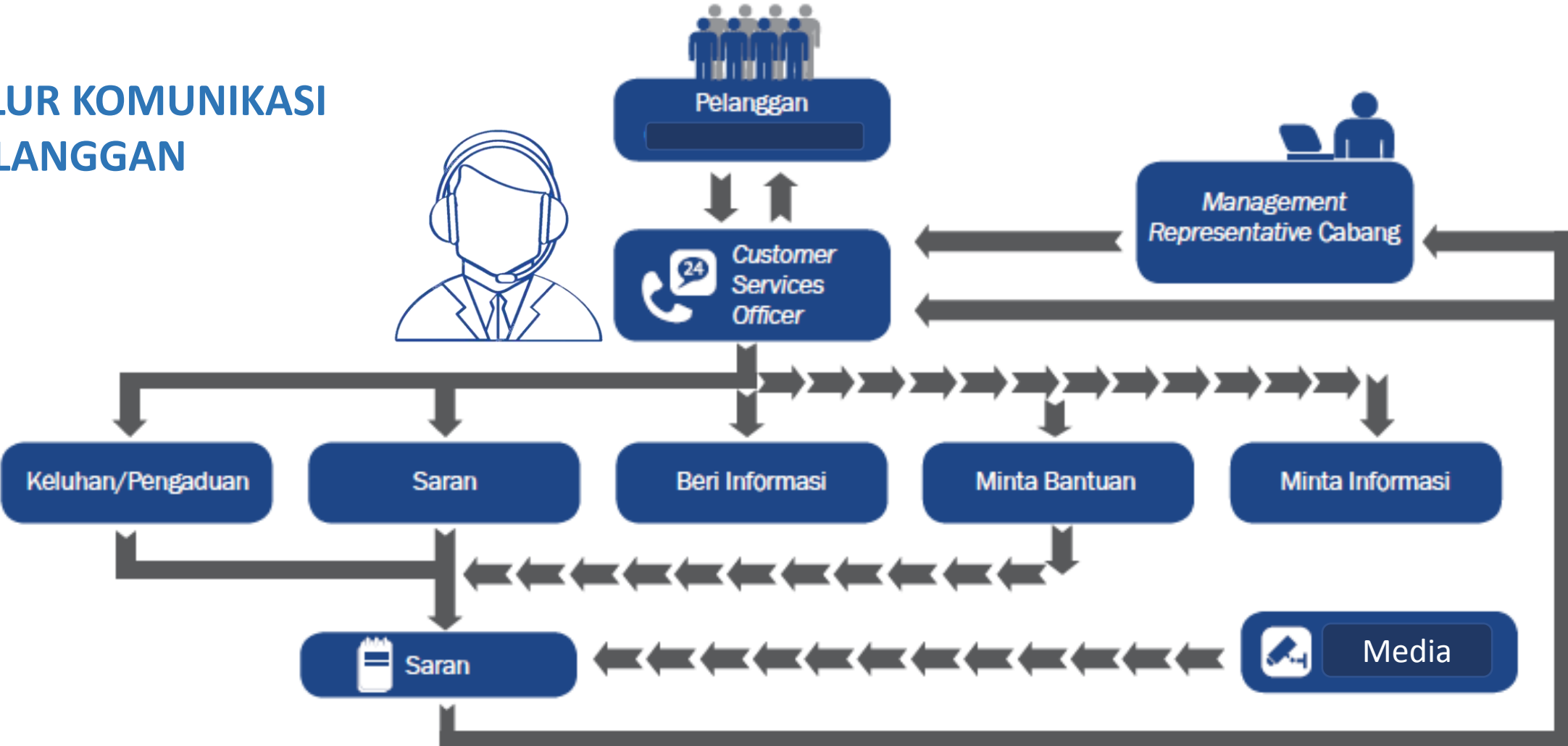
- 1. Bagaimana Perusahaan mendengarkan, berinteraksi dan mengamati pelanggan untuk memperoleh informasi yang sangat berarti atau penting untuk ditindaklanjuti?**
2. Bagaimana metoda mendengarkan pelanggan yang beragam untuk pelanggan yang berbeda, untuk kelompok pelanggan atau segmen pasar berbeda?
3. Bagaimana perusahaan menggunakan media sosial dan teknologi berbasis web untuk mendengarkan pelanggan? Jika sesuai;
- 4. Bagaimana perusahaan menggunakan metoda mendengarkan pelanggan yang beragam diseluruh siklus hidup pelanggan (*customer life cycle*)?**
5. Bagaimana perusahaan berupaya untuk mendapatkan umpanbalik dari pelanggan yang cepat dan segera dapat ditindaklanjuti terkait dengan: kualitas produk, dukungan pelanggan dan transaksi?

2. Calon Pelanggan (Pasar)

- 1. Bagaimana proses mendengarkan calon pelanggan (pasar) untuk memperoleh informasi yang sangat berarti atau penting untuk ditindaklanjuti?**
2. Bagaimana perusahaan mendengarkan MANTAN PELANGGAN, CALON PELANGGAN dan PELANGGAN PESAING untuk memperoleh informasi yang dapat ditindaklanjuti terkait dengan produk, dukungan pelanggan dan transaksi?

1. Bagaimana Perusahaan **mendengarkan, berinteraksi dan mengamati pelanggan** untuk memperoleh informasi yang sangat berarti atau penting untuk ditindaklanjuti?

JALUR KOMUNIKASI PELANGGAN



MEDIA KOMUNIKASI



Tabel 1.1.b.1.2
Media Komunikasi Pimpinan Senior Dengan Pelanggan

JENIS MEDIA	KETERANGAN	INDIKATOR
1 . Website	Laman resmi perusahaan yang berisi informasi perusahaan	Jumlah Hit website
2 . Social Media	Twitter @ Facebook : Instagram : You Tube :	Jumlah follower
3 . Call Center	0000000000	Answered and abandoned call
4 . Temu pelanggan	Kegiatan tatap muka langsung dengan pelanggan	Jumlah kegiatan temu pelanggan per tahun
5 . Pameran	Kegiatan promosi dan pemasaran	Jumlah kegiatan pameran per tahun
6 . Publikasi	- iklan - media luar ruang - souvenir	Jumlah publikasi terpasang per tahun



3. Pelanggan 85

40 poin

3.1 Suara Pelanggan

3.2 Keterikatan Pelanggan

45 poin

LENGKAP

a. Mendengarkan Pelanggan

b. Menilai Kepuasan & Keterikatan Pelanggan

1. Kepuasan, ketidakpuasan dan Keterikatan Palanggan (customer engagement)

1. Bagaimana perusahaan menilai kepuasan, ketidakpuasan dan keterikatan pelanggan (customer engagement)?

2. **Bagaimana perusahaan menggunakan metoda penilaian yang berbeda antara kelompok pelanggan atau segmen pasar berbeda?** Jika sesuai;

3. Bagaimana pengukuran kepuasan, ketidakpuasan dan keterikatan pelanggan mampu menangkap informasi yang dapat ditindaklanjuti untuk bias memenuhi harapan pelanggan melebihi ekspektasi oleh pelanggan, juga untuk mengamankan keterikatan pelanggan dalam jangka panjang?

2. Kepuasan Relatif terhadap Pesaing

1. Bagaimana perusahaan memperoleh informasi tentang kepuasan pelanggan diandingkan dengan kepuasan pelanggan perusahaan lain?

2. Bagaimana perusahaan memperoleh informasi tentang kepuasan pelanggan:

1. Posisinya dibandingkan dengan kepuasan pelanggan dari perusahaan pesaing?

2. Posisinya dibandingkan dengan kepuasan pelanggan dari perusahaan lain yang menyediakan produk sejenis atau bibandingkan terhadap industri (industry benchmark)? Jika sesuai

3.1.a(1).2

Bagaimana perusahaan menggunakan metoda penilaian yang berbeda antara kelompok pelanggan atau segmen pasar berbeda?

CONTOH



1. Menentukan layanan media yang sesuai untuk segmen pelanggan berdasarkan jenis kontrak.
2. Menentukan pembeli untuk segmen kontrak jangka panjang mendapatkan prioritas layanan media.
3. Menyediakan media khusus web-based dengan modul CRM (sistem ERP dengan SAP) untuk pembeli kontrak jangka panjang sebagai prioritas layanan media
4. Menyediakan semua media yang digunakan untuk semua kelompok pelanggan
5. Melakukan evaluasi penggunaan media berbeda segmen pasar berdasarkan kontrak.

Survey Pelanggan



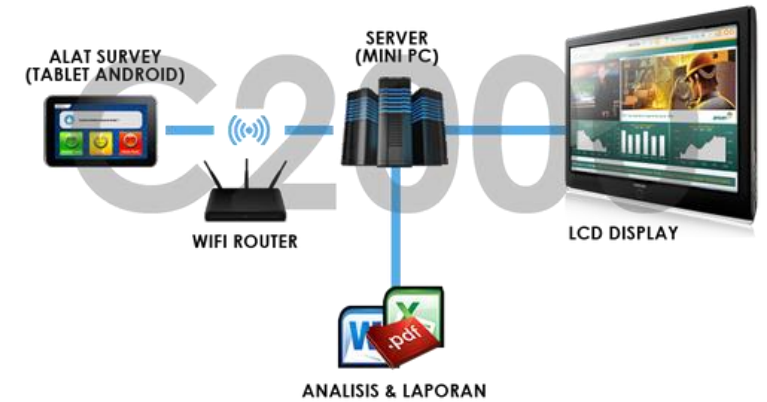
Manajemen menyiapkan terlebih dahulu daftar pertanyaan survey yang akan digunakan sebagai parameter pertanyaan survey. Lalu penjadwalan pemasangan pertanyaan survey tersebut. Alat Survey Pelanggan di pasang di loket-loket pelayanan (pemasangan perlu diperhatikan hindarkan dari jangkauan anak-anak).

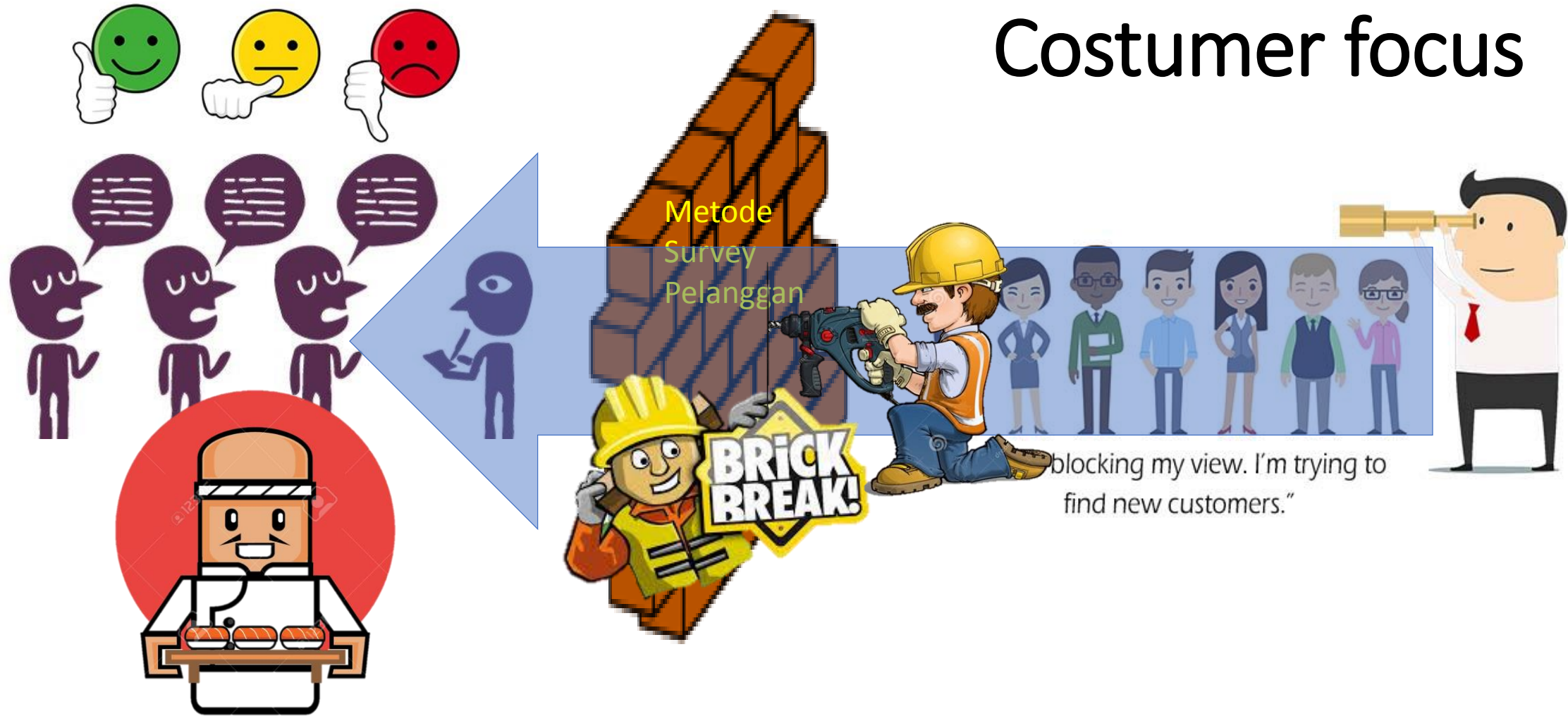


Pelanggan setelah terlayani kebutuhan langsung dipersilahkan untuk berpartisipasi survey kepuasan pelanggan dengan menekan salah satu tombol yaitu Baik, Cukup, atau Buruk sesuai pertanyaan yang dipasang pada alat survey pelanggan. Cukup mudah digunakan pelanggan.

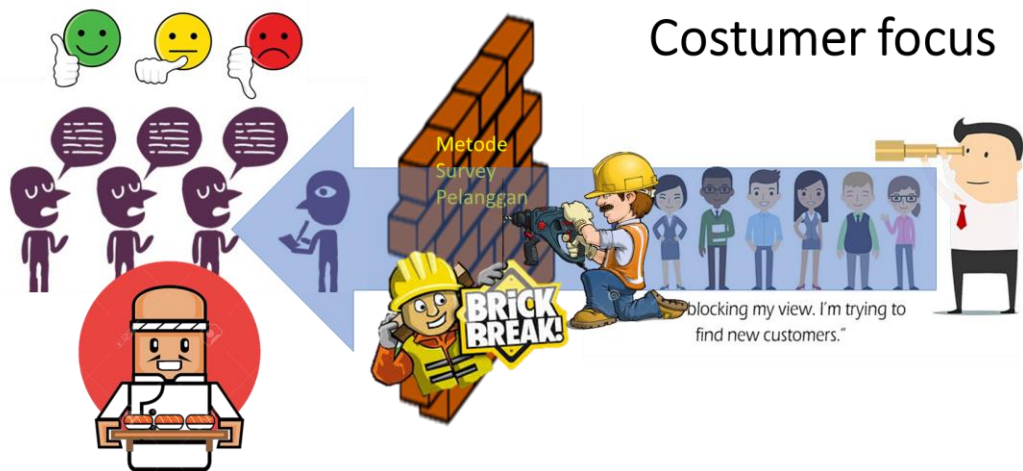


Hasil data entry alat survey pelanggan secara otomatis akan tersimpan di server dan ditabulasikan dalam bentuk data dan grafik. Hasil statistik survey kepuasan pelanggan dapat diakses oleh manajemen melalui web report dalam jaringan internal. Selain itu juga dapat ditampilkan melalui digital signage atau kiosk touchscreen sebagai media publikasi.

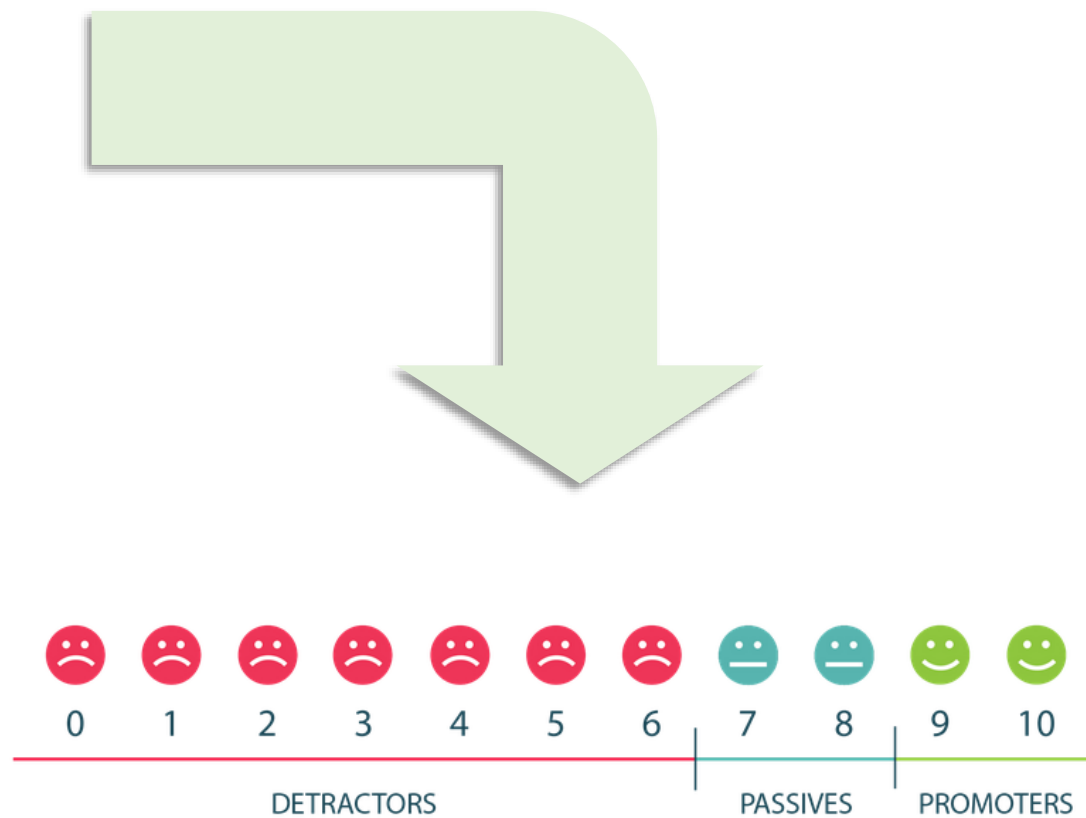




Customer focus



NET PROMOTER SCORE



$$\text{😊 \%} - \text{😞 \%} = \text{NET PROMOTER SCORE}$$

3. Pelanggan

85

40 poin

3.1 Suara Pelanggan

3.2 Keterikatan Pelanggan

45 poin

LENGKAP

a. Produk yang Ditawarkan dan Bantuan Pelanggan

b. Hubungan Pelanggan

1. Produk yang Ditawarkan

1. **Bagaimana perusahaan menentukan penawaran produknya?**
2. Bagaimana perusahaan menentukan kebutuhan pelanggan dan calon pelanggan (kebutuhan pasar) dan persyaratan untuk menawarkan produk dan layanan?
3. Bagaimana perusahaan mengidentifikasi dan menyesuaikan penawaran produknya agar sesuai dengan apa yang dipersyaratkan oleh pelanggan dan bahkan melebihi harapan pelanggan dari kelompok pelanggan dan segmen pasar?
4. Bagaimana perusahaan mengidentifikasi dan menyesuaikan penawaran produknya untuk memasuki pasar baru, menarik pelanggan baru dan menciptakan peluang untuk memperluas hubungan dengan pelanggan saat ini, yang sesuai?

2. Dukungan kepada Pelanggan

1. **Bagaimana perusahaan menyediakan sarana yang memungkinkan pelanggan mendapatkan informasi dan memperoleh bantuan/dukungan?**
2. Bagaimana perusahaan berupaya agar calon pelanggan dan pelanggan pesaing menjadi pelanggan kita? Demikian juga pelanggan yang sudah ada?
3. **Apa dukungan layanan utama kepada pelanggan, termasuk didalamnya mekanisme komunikasi dengan pelanggan?**
4. Bagaimana kedua hal tersebut di atas dibedakan untuk pelanggan, kelompok pelanggan atau segmen pasar yang berbeda?
5. Bagaimana perusahaan menentukan persyaratan utama dukungan kepada pelanggan dan memastikan bahwa persyaratan tersebut dijalankan oleh semua orang dan semua proses yang terlibat dalam memberikan dukungan kepada pelanggan?

3.2.a(2).1

Apa dukungan layanan utama kepada pelanggan, termasuk didalamnya mekanisme komunikasi dengan pelanggan?



Menyediakan dukungan layanan utama kepada pelanggan, termasuk didalamnya mekanisme komunikasi dengan pelanggan melalui : **Website, Email, FAQ, Informasi Progress order, Survey feedback.**

Kontak Kami
adanya plne, 30 Mar 2019
PT PRIMA LAYANAN NASIONAL ENJINIRING / PLN E
Alamat Kantor
Jl. Ciputat Raya No.123 Kebayoran Lama Jakarta Selatan - 12310 Indonesia
Telepon: (62-21) 27510363
Fax: (62-21) 27510362
Email: contact@plne.co.id

MENU TERKAIT
[Profil Perusahaan](#)
[Visi, Misi dan Tata Nilai](#)
[Struktur Organisasi](#)
[Dewan Komisaris](#)
[Anak Perusahaan & Afiliasi](#)
[Sertifikat & Penghargaan](#)
[Kontak Kami](#)
[Direksi](#)

Berita terkini

FOLLOW US
f t i

SITMAP
Tentang Kami
Kontak

WIDGET

TRANSLATE
id en

3. Pelanggan 85

40 poin

3.1 Suara Pelanggan

3.2 Keterikatan Pelanggan

45 poin

LENGKAP

3. Segmentasi Pelanggan

a. Produk yang Ditawarkan dan Bantuan Pelanggan

b. Hubungan Pelanggan

1. Bagaimana perusahaan menetapkan **kelompok pelanggan dan segmentasi pasar?**

2. Bagaimana perusahaan:

- 1) Menggunakan informasi pelanggan, pasar dan penawaran produk untuk mengidentifikasi kondisi saat ini dan untuk mengantisipasi kelompok pelanggan dan segmentasi pasar dimasa yang akan datang;
- 2) Mempertimbangkan pelanggan pesaing, juga pelanggan dan pasar potensial lainnya dalam menentukan segmentasi pelanggan;
- 3) **Menentukan pelanggan, kelompok pelanggan dan segmen pasar untuk menguatkan dan mengejar pertumbuhan bisnis;**



3. Pelanggan

85

40 poin

3.1 Suara Pelanggan

3.2 Keterikatan Pelanggan

45 poin

LENGKAP

a. Produk yang Ditawarkan dan Bantuan Pelanggan

b. Hubungan Pelanggan

1. Hubungan Pelanggan (*Customer Relationship*)

1. **Bagaimana perusahaan membangun dan mengelola *customer relationship*?**

2. Bagaimana perusahaan mempromosikan, membangun dan mengelola *customer relationship* untuk mencapai hal-hal berikut ini:

1. Mengakuisisi pelanggan dan meningkatkan pangsa pasar;
2. Mengelola dan meningkatkan citra perusahaan (*brand image*);
3. Mempertahankan pelanggan, memenuhi apa yang dipersyaratkan pelanggan dan melampaui harapan pelanggan di setiap tahapan siklus hidup pelanggan (*customer life cycles*);
4. Meningkatkan keterikatan pelanggan dengan perusahaan?

3. **Bagaimana perusahaan memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan citra perusahaan dan meningkatkan keterikatan pelanggan, juga meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan? Jika sesuai;**

2. *Complaint Management*

1. **Bagaimana perusahaan mengelola keluhan/complain pelanggan?**

2. Bagaimana perusahaan memastikan bahwa seluruh keluhan/pengaduan/ komplain pelanggan terselesaikan secara cepat, tepat dan efektif?
3. Bagaimana pengelolaan keluhan/pengaduan/komplain pelanggan mampu untuk mengembalikan lagi kepercayaan pelanggan, meningkatkan kepuasan dan keterikatan pelanggan, serta untuk menghindari komplain serupa dikemudian hari?

3.2.b(1).3

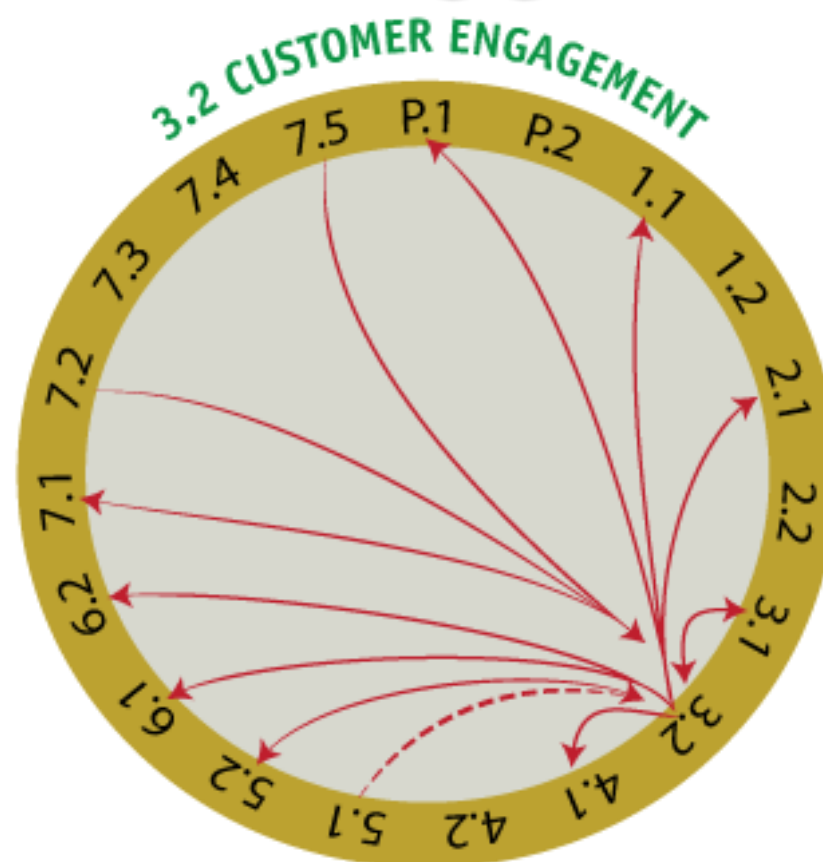
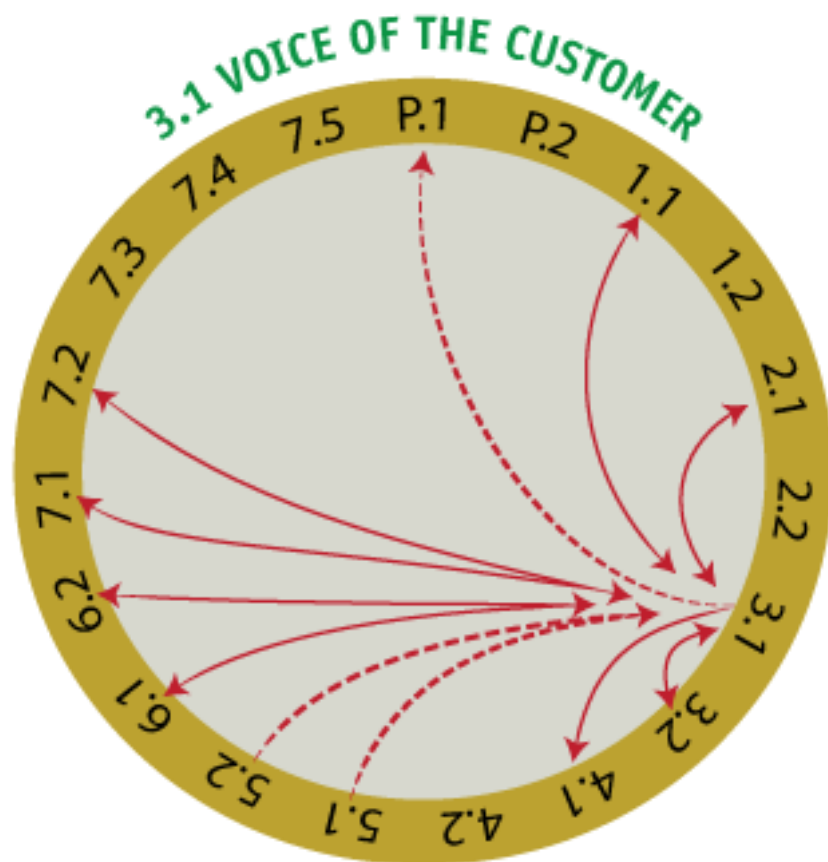
Bagaimana perusahaan memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan citra perusahaan dan meningkatkan keterikatan pelanggan, juga meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan? Jika sesuai;



1. Mereview media yang sesuai untuk karakteristik pelanggan yang ada.
2. Menentukan media sosial dengan menggunakan website perusahaan dan media sosial lainnya, termasuk media sosial account manager, disesuaikan karakteristik pelanggan industri.
3. Mencantumkan informasi produk dan kontak pelanggan di dalam media sosial website perusahaan dan website Anak Perusahaan.
4. Mengintensifkan komunikasi dengan pelanggan melalui media sosial yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan
5. Menganalisa dan mengevaluasi efektifitas media sosial yang digunakan.
6. Melakukan perbaikan terhadap hasil evaluasi penggunaan media sosial

Media sosial hubungan pelanggan	Indikator efektifitas
Facebook	Follower
Twitter	Follower
Instagram	Follower
Linkedin	Follower
Youtube	Subscriber
Website perusahaan	Frekuensi hit

INTEGRASI – Kategori 3 Pelanggan



4. Pengukuran, Analisis & Manajemen Pengetahuan (90 poin)

Kategori Pengukuran, Analisis, dan Manajemen Pengetahuan menanyakan Bagaimana organisasi Anda **memilih, mengumpulkan, menganalisis, mengelola, dan memperbaiki data, informasi, dan aset pengetahuan**; Bagaimana cara belajar; Dan bagaimana mengelola teknologi informasi. Kategori juga menanyakan Bagaimana organisasi Anda menggunakan temuan tinjauan untuk memperbaiki kinerjanya



Pengukuran, Analisis & Manajemen Pengetahuan

Pengumpulan data, informasi, ukuran dlm perencanaan, pengambilan keputusan, peningkatan kinerja.



Ketersediaan data-informasi yg dapat diakses oleh tenaga kerja, supplier & mitra, kolaborator & pelanggan guna mendukung pengambilan keputusan.

1

Performance Measurement (Pengukuran kinerja)

Penentuan kebutuhan data di semua level

Penentuan ukuran & penelusuran kinerja perusahaan.

Memastikan sistem pengukuran kinerja memiliki “agility” (utk merespons perubahan internal & eksternal)

2

Performance Analysis & Review (Analisis dan Evaluasi Kinerja)

Membantu SL dalam menentukan prioritasnya :

- Data terkait dengan hasil produk & layanan (keterlibatan pelanggan, kepuasan, keluhan).
- Implikasi Cost/Revenue
- Menentukan kebutuhan perubahan transformasional

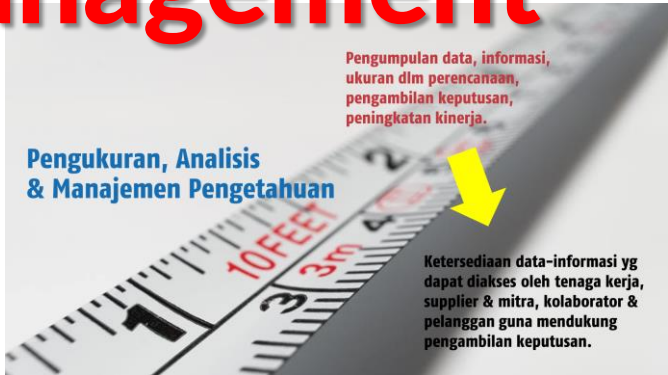
Analisis Keuangan & non Keuangan untuk me-review seluruh kinerja perusahaan

3

Performance Improvement (Peningkatan Kinerja)

- Penggunaan review kinerja dengan data benchmark
- Proyeksi kinerja perusahaan di masa depan
- Merumuskan review kinerja ke dalam prioritas untuk peningkatan & inovasi.

Measurement, Analysis, & Knowledge Management



4.1 Pengukuran, Analisis, dan Peningkatan Kinerja Perusahaan:

4.2 Manajemen Pengetahuan, Informasi, dan Teknologi Informasi:

- (1) Pengukuran Kinerja
- (2) Data Perbandingan
- (3) Data Pelanggan
- (4) Kelincahan Pengukuran

- (1) Analisis dan Evaluasi (Review) Kinerja

- (1) Masa Depan Kinerja Perusahaan
- (2) Peningkatan Kinerja yang berkesinambungan dan Inovasi

- (1) Kualitas Data dan Informasi
- (2) Ketersediaan Data dan Informasi

- (1) Manajemen Pengetahuan (KM)
- (2) Praktik Terbaik (Best Practice)
- (3) Pembelajaran Organisasi

4 Measurement, Analysis, and Knowledge Management (90 pts.)

4.1 Pengukuran, Analisis, dan Peningkatan Kinerja Organisasi: Bagaimana Anda mengukur, menganalisis, dan kemudian memperbaiki kinerja organisasi? (45 pts.)

Bagaimana perusahaan menyeleksi/memilih, mengumpulkan, menganalisis, mengelola dan meningkatkan kualitas data, informasi dan pengetahuan sebagai aset perusahaan,

4.2 Manajemen Pengetahuan, Informasi, dan Teknologi Informasi: Bagaimana Anda mengelola aset pengetahuan, informasi, dan teknologi organisasi Anda? (45 pts.)

Bagaimana temuan hasil evaluasi organisasi ditindaklanjuti untuk memperbaiki/meningkatkan kinerja perusahaan, serta bagaimana perusahaan belajar dari hal itu semua..

4 Measurement, Analysis, and Knowledge Management (90 pts.)

4.1 Pengukuran, Analisis, dan Peningkatan Kinerja Perusahaan:

a. Pengukuran Kinerja

(1) Pengukuran Kinerja

(2) Data Pemandangan

(3) Data Pelanggan

(4) Kelincahan Pengukuran

b. Analisis dan Evaluasi Kinerja

(1) Analisis dan Evaluasi (Review) Kinerja

c. Peningkatan Kinerja

(1) Masa Depan Kinerja Perusahaan

(2) Peningkatan Kinerja yang berkesinambungan dan Inovasi

4.2 Manajemen Pengetahuan, Informasi, dan Teknologi Informasi:

a. Data dan Informasi,

(1) Kualitas Data dan Informasi

(2) Ketersediaan Data dan Informasi

b. Pengetahuan Organisasi

(1) Manajemen Pengetahuan (KM)

(2) Praktik Terbaik (Best Practice)

(3) Pembelajaran Organisasi

4.1a. Pengukuran Kinerja

(1) Pengukuran Kinerja

(2) Data Pemandangan

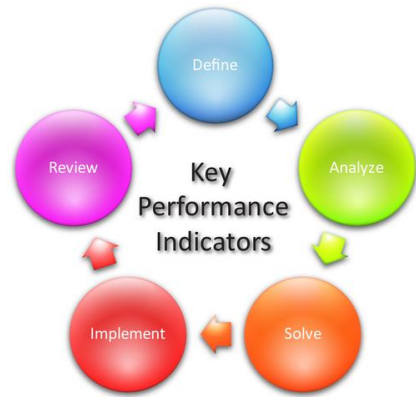
(3) Data Pelanggan

(4) Kecekatan Pengukuran Kinerja

Bagaimana perusahaan menggunakan data dan informasi untuk menelusuri kinerja harian operasional perusahaan dan kinerja perusahaan secara keseluruhan?

- Bagaimana perusahaan memilih, mengumpulkan, menyelaraskan dan mengintegrasikan data dan informasi untuk digunakan dalam menelusuri kinerja harian operasional perusahaan dan kinerja perusahaan secara keseluruhan?
- Bagaimana perusahaan memilih, mengumpulkan, menyelaraskan dan mengintegrasikan data dan informasi untuk digunakan dalam menelusuri pencapaian kemajuan sasaran strategis dan program kerja?.
- Apa ukuran kinerja utama perusahaan, termasuk ukuran kinerja keuangan untuk jangka pendek dan jangka panjang?.
- Bagaimana periode waktu penelusuran pengukuran kinerja tersebut?

Bagaimana perusahaan memilih/memperoleh data dan informasi pembandingan untuk mendukung pengambilan keputusan berdasarkan fakta?.



BAGAIMANA anda menggunakan data dan informasi untuk menelusuri operasi harian dan kinerja organisasional keseluruhan? Bagaimana anda:

- menyeleksi, mengumpulkan, menyelaraskan, dan mengintegrasikan data dan informasi untuk menelusuri operasi harian dan kinerja organisasional keseluruhan?



Cara/metode/sistem:

- 1. Menentukan data & informasi** yang diperlukan untuk menelusuri kinerja operasi perusahaan dan kinerja perusahaan;
- Melakukan **seleksi** data kinerja & informasi;
- Mengumpulkan** data kinerja & informasi;
- Mengolah** data kinerja & informasi;
- Melaporkan** Data Hasil Kinerja kepada stakeholder

Ukuran kinerja utama (KPI) adalah :

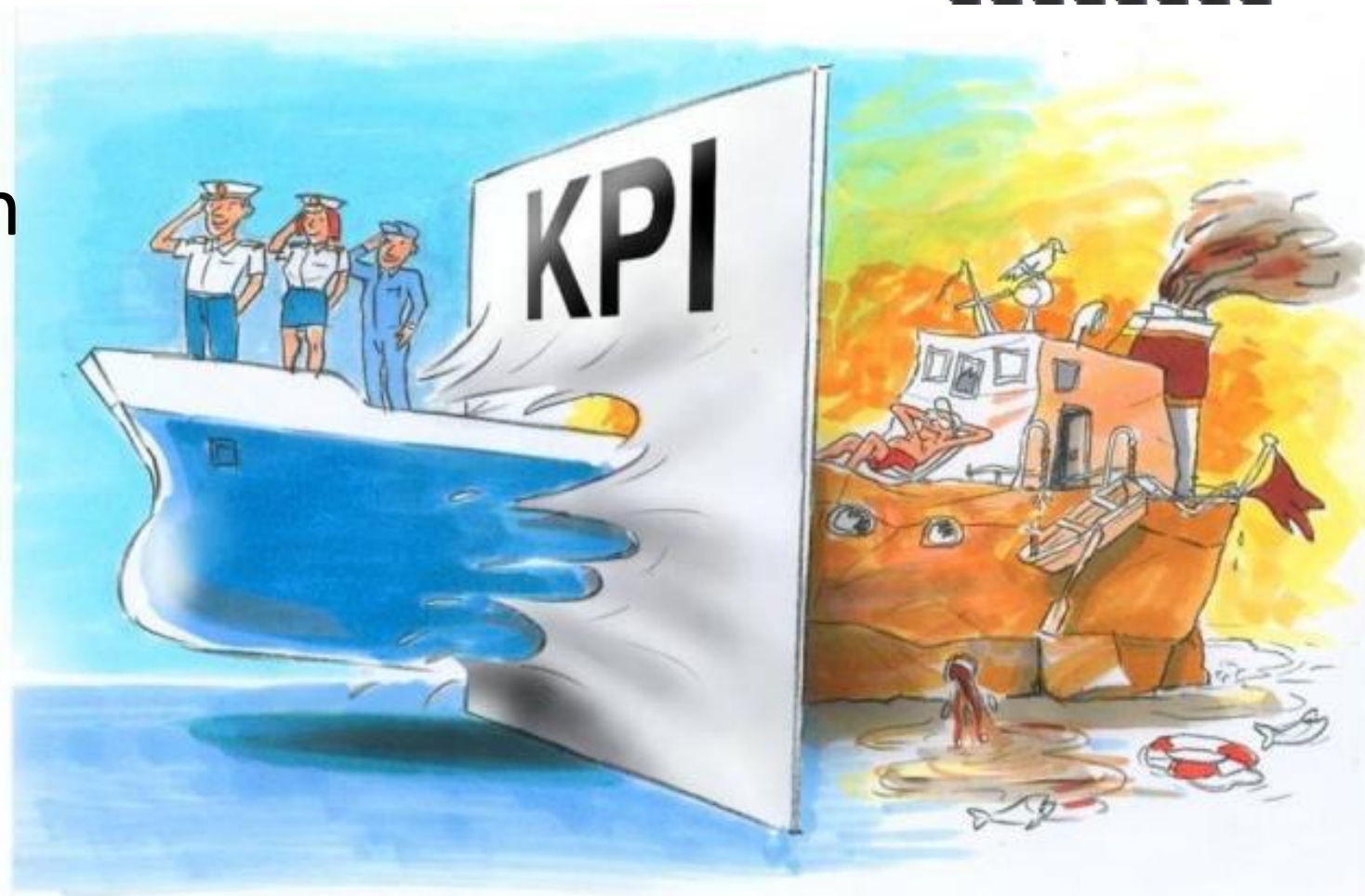
- 1. Jangka panjang :**
 - a. Pertumbuhan Earning After Tax (EAT).**
 - b. Pertumbuhan asset.**
- 2. Jangka pendek**
 - a. Lihat KPI yang ada di RKAP.**





UKURAN

mengukur & melaporkan



Ke-SISTEM-an KPI

APPROACH



4 KPIs TO MEASURE IN 2018

Don't spend another year missing your targets.

1. SAFETY

Safety should always be your top priority.



2. QUALITY

Quality metrics reveal how well processes perform both internally and externally.



3. DELIVERY

Delivery metrics typically measure on-time performance, which can be reviewed using a variety of methods.

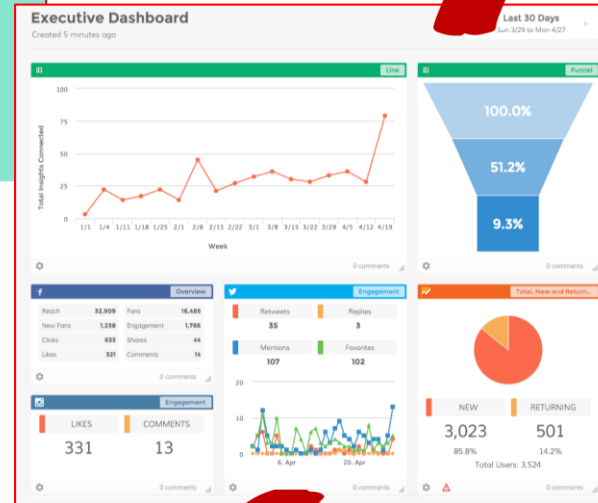


4. COST

Cost varies based on product environment and accounting methodology.



LEARNING



INTEGRATION



DEPLOY

4.1a. Data dan informasi dari pengukuran kinerja harus digunakan untuk :

- mendukung pengambilan keputusan berdasarkan fakta.
- menetapkan dan menyelaraskan arah organisasi.
- menetapkan penggunaan sumber daya di lokasi unit kerja, proses utama, departemen dan di tingkat organisasi.





4.1a. Pengukuran Kinerja

(1) Pengukuran Kinerja

(2) Data Pembeding

(3) Data Pelanggan

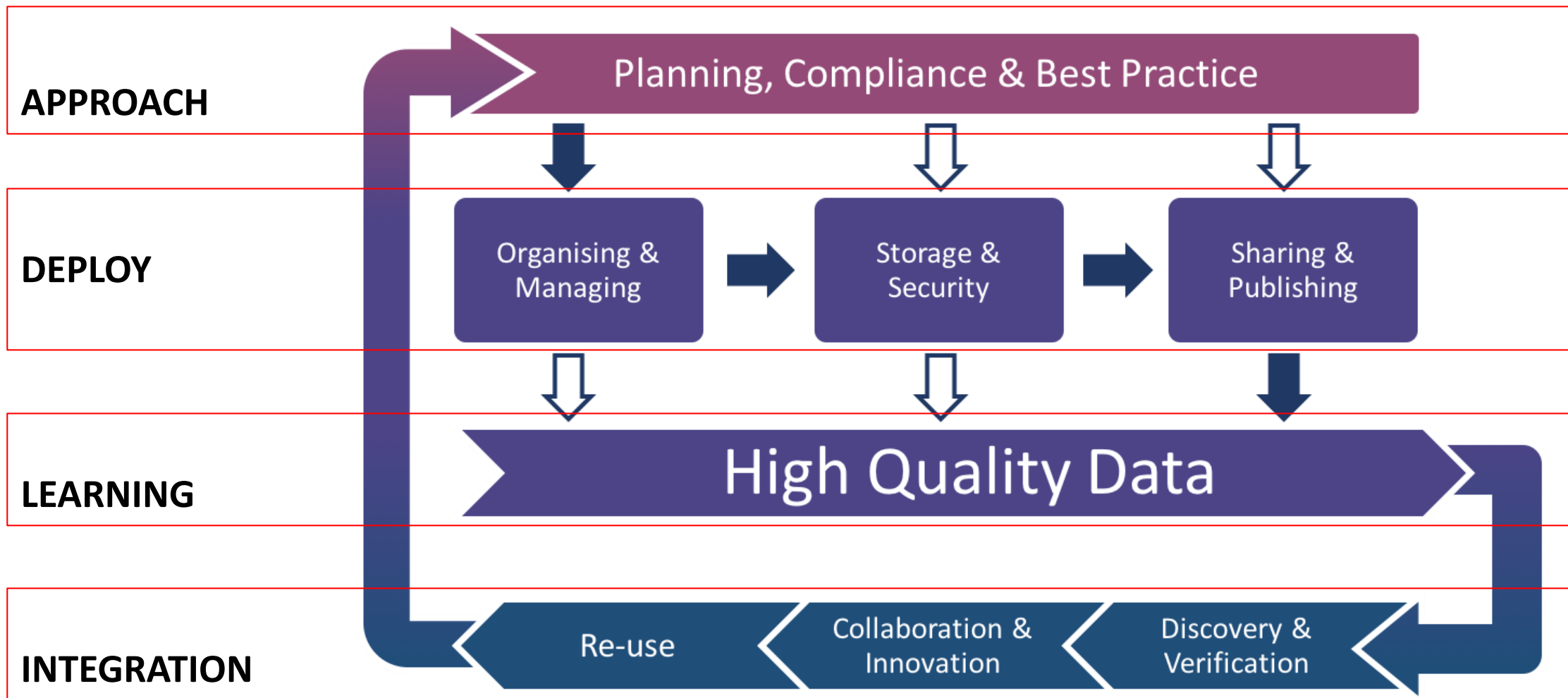
(4) Kelincahan Pengukuran

Data Pelanggan - Bagaimana perusahaan memilih/memperoleh data dan informasi suara pelanggan dan calon pelanggan (pasar)?

- Bagaimana perusahaan memilih/memperoleh data dan informasi suara pelanggan dan pasar (termasuk agregasi data dan informasi komplain/keluhan pelanggan yang berkaitan, juga data dan informasi yang datang dari media sosial) untuk membangun budaya perusahaan yang fokus kepada pelanggan dan untuk mendukung pengambilan keputusan berbasis fakta?

Bagaimana perusahaan memastikan sistem pengukuran kinerja yang ada saat ini mampu merespon perubahan internal dan eksternal yang cepat atau yang tidak terduga?

Ke-SISTEM-an DATA



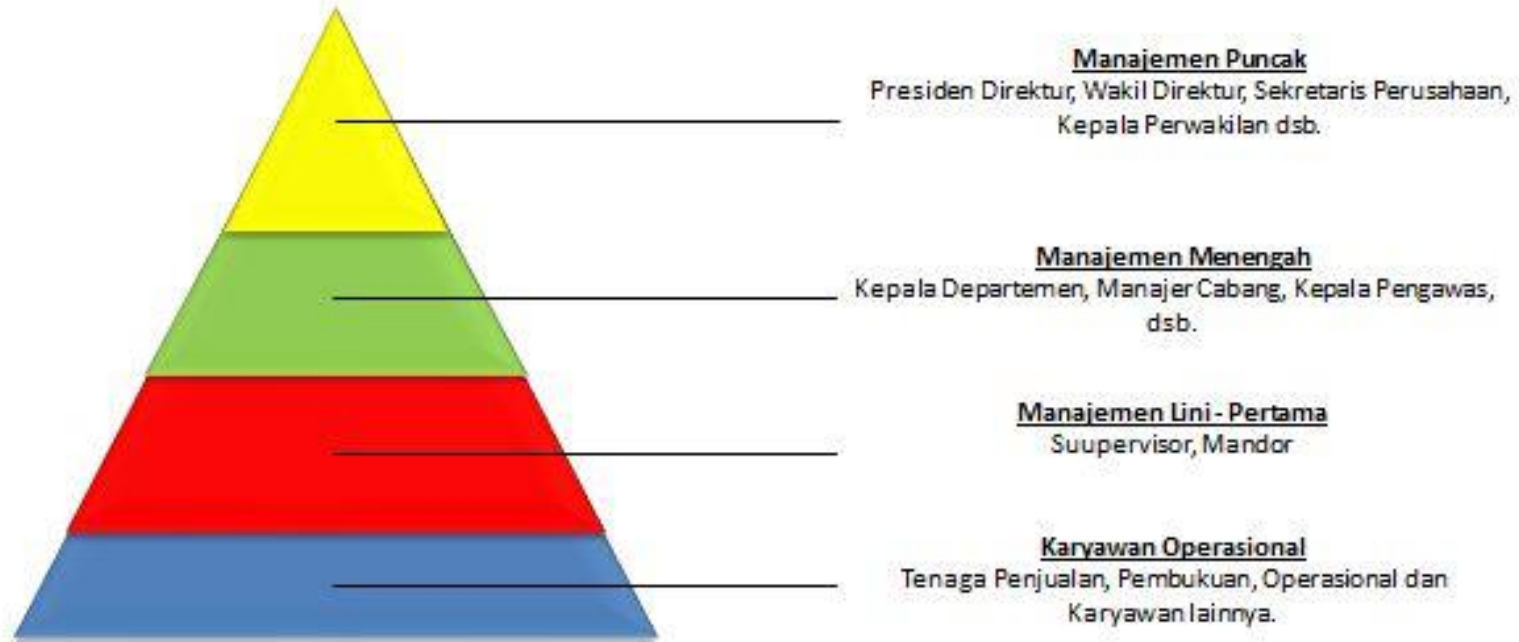


4.1b Analisis dan Review Kinerja

Bagaimana perusahaan mengevaluasi (*me-review*) kinerja dan kapabilitas perusahaan?.

- Bagaimana perusahaan menggunakan ukuran-ukuran kinerja utama perusahaan, serta data pembandingan dan data pelanggan dalam melakukan evaluasi/*review* kinerja?
- Apa analisis yang dilakukan untuk mendukung evaluasi tersebut dan memastikan kesimpulannya akurat dan tepat (*valid*)?.
- Bagaimana perusahaan dan pimpinan senior memanfaatkan hasil evaluasi/*review* kinerja untuk :
 - menilai keberhasilan perusahaan, keunggulan daya saing, kesehatan keuangan dan kemajuan/pencapaian sasaran strategis dan program kerja,
 - merespon secara cepat kebutuhan perubahan organisasi dan tantangan operasional, termasuk kebutuhan untuk melakukan transformasi organisasi terkait perubahan struktur organisasi dan sistem kerja?
- Bagaimana Direksi dan Dewan Komisaris/Dewan Pengawas mengevaluasi kinerja perusahaan, pencapaian sasaran strategis dan program kerja?.

- **BAGAIMANA** dewan tata kelola (Direksi dan Komisaris) mereview **KINERJA** organisasi dan kemajuan dalam pencapaian **SASARAN STRATEGIS** dan **RENCANA KERJANYA**?



Direksi dan Dewan mengevaluasi kinerja perusahaan, pencapaian sasaran strategis dan program kerja, dengan cara:

1. Mengumpulkan data - data hasil kinerja perusahaan;
2. Mempertimbangkan pencapaian kinerja pembandingan;
3. Melakukan review terhadap hasil kinerja dibandingkan dengan target RKAP dan KPI Korporat;
4. Menetapkan tindak lanjut perbaikan kinerja.
5. Proses dikelola oleh Divisi Strategi dengan penerapan di Sekper, seluruh unit kerja terkait,
6. Dievaluasi secara berkala melalui rapat evaluasi kinerja dengan BOD



4.1,c. Peningkatan Kinerja

(1) Masa Depan Kinerja Perusahaan

(2) Peningkatan yang berkelanjutan dan Inovasi

Bagaimana perusahaan memproyeksikan kinerja perusahaan di masa depan?

- Bagaimana perusahaan menggunakan :
 - temuan hasil evaluasi/*review* kinerja (yang disebutkan pada 4.1.b),
 - data pembandingan dan data persaingan, untuk memproyeksikan kinerja perusahaan kedepan?.
- Bagaimana perusahaan melakukan rekonsiliasi dan menindaklanjuti perbedaan antara proyeksi kinerja tersebut diatas dengan proyeksi kinerja yang telah ditetapkan sebelumnya dalam program kerja pada RJPP atau RKAP (yang ditanyakan pada sub kategori 2.2a(6))?.

Bagaimana perusahaan menggunakan hasil evaluasi kinerja (yang disebutkan pada 4.1.b) untuk mengembangkan prioritas peningkatan kinerja yang berkesinambungan dan peluang untuk melakukan inovasi?.

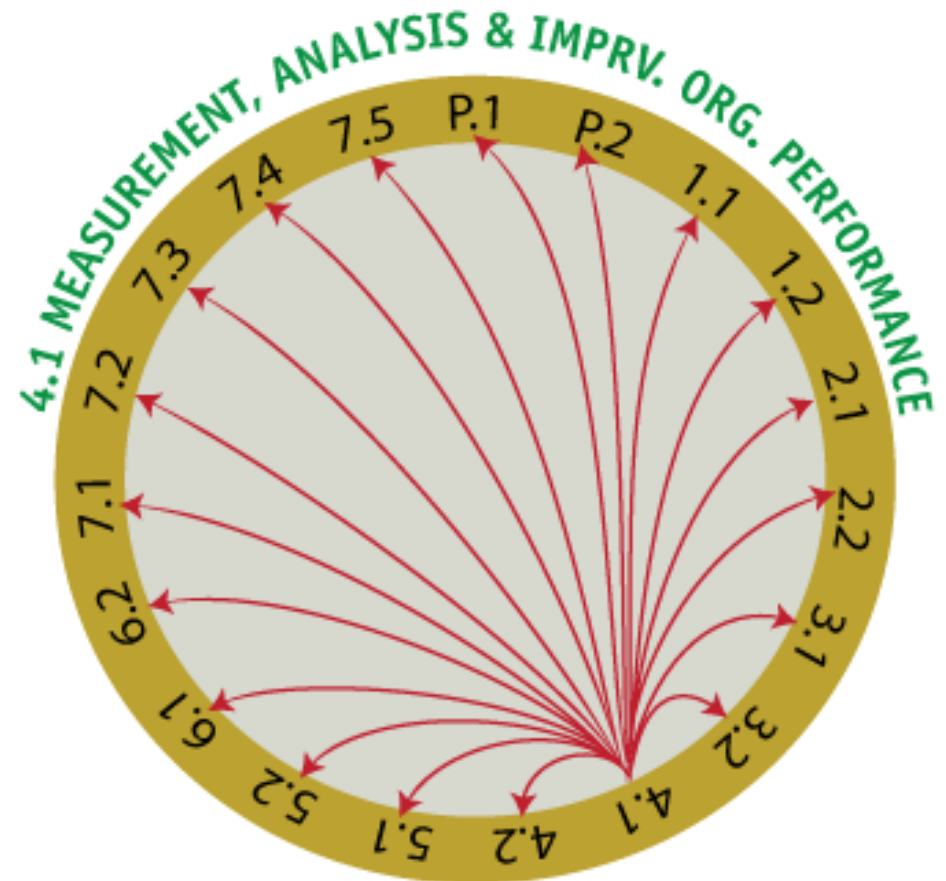
- Bagaimana perusahaan menindaklanjuti (*deploy*) prioritas dan peluang tersebut diatas kepada kelompok kerja dan fungsional di tingkat operasi, juga kepada pemasok, mitra, dan kolaborator yang berkaitan, unntuk memastikan keselarasan organisasi?

4.1 Pengukuran, Analisis, dan Peningkatan Kinerja Perusahaan

Informasi untuk Pengambilan Keputusan Diperoleh dari Seluruh Kategori & Proses Di Perusahaan.

(-) akan menghambat/menyulitkan dalam:

- Memonitor kinerja kinerja perusahaan secara keseluruhan.
- Memonitor laju progresnya terhadap persaingan.
- Mengevaluasi keunggulannya berdasarkan data kinerjanya.
- Memfokuskan improvement sumberdaya untuk peningkatan yang berdampak kepada pelanggan dan sukses perusahaan.





4.2.a. Data dan Informasi,

(1) Kualitas Data dan Informasi

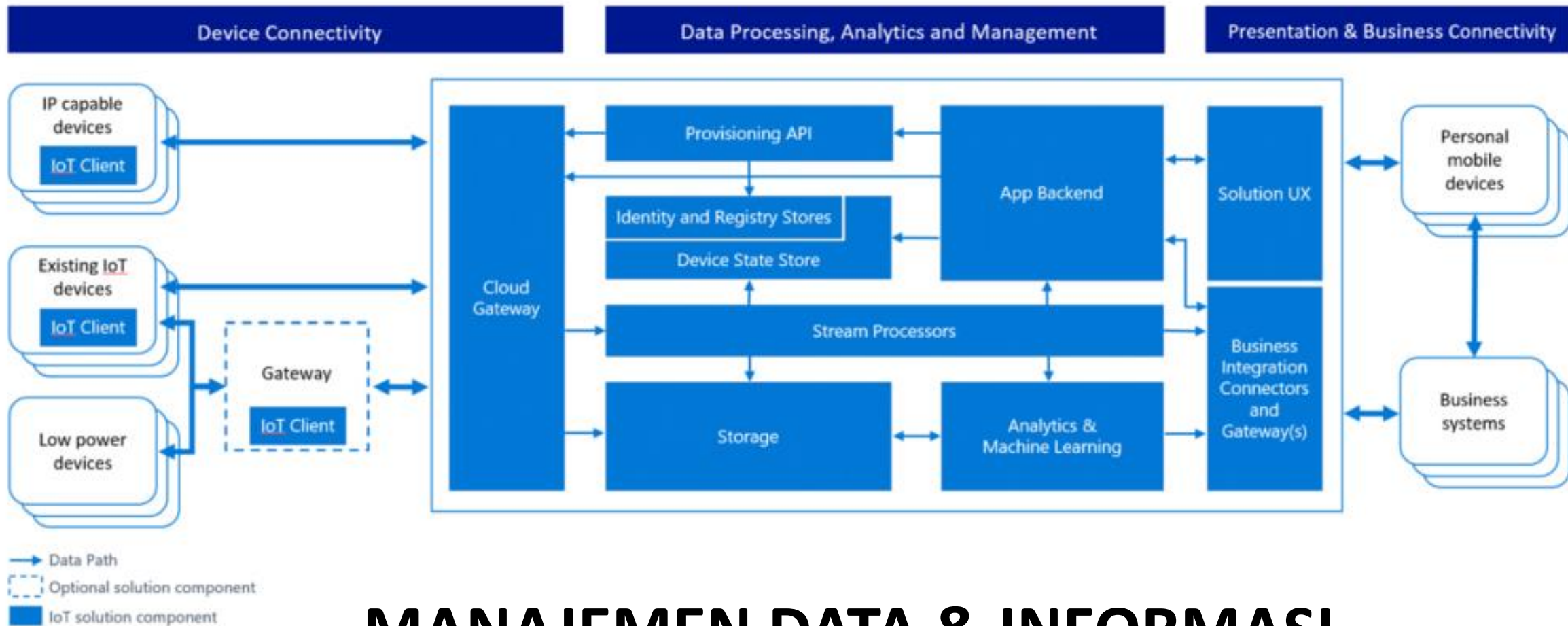
(2) Ketersediaan Data dan Informasi

Bagaimana perusahaan melakukan verifikasi dan memastikan kualitas data dan informasi yang ada di perusahaan?.

- Bagaimana perusahaan mengelola data dan informasi elektronik serta data/informasi lainnya untuk memastikan :
 - keakuratan dan validitas - nya,
 - integritas dan kehandalan - nya,
 - pertukaran-nya?

Bagaimana perusahaan memastikan ketersediaan data dan informasi di perusahaan?.

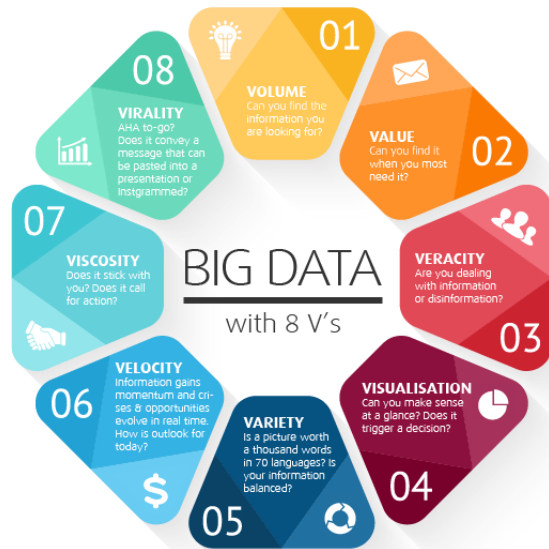
- Bagaimana perusahaan menyediakan data dan informasi yang mudah digunakan oleh pengguna (*user friendly*) dan tersedia setiap saat ketika diperlukan (*timely manner*) kepada karyawan/tenaga kerja, pemasok, mitra kerja, kolaborator dan pelanggan? sesuai kebutuhan.
- Bagaimana perusahaan memastikan, bahwa sistem teknologi informasi-nya mudah digunakan oleh pengguna (*user-friendly*)?



MANAJEMEN DATA & INFORMASI



4.2a(1).1 Bagaimana anda melakukan verifikasi dan memastikan kualitas data dan informasi organisasi? **BAGAIMANA** anda mengelola data elektronik, data lainnya, dan informasi



Perusahaan melakukan dengan tahapan/mekanisme:

- 1) Percepatan penyajian laporan kinerja keuangan Kantor Cabang,
- 2) Kantor Pusat menetapkan tanggal penyampaian laporan kinerja keuangan,
- 3) Kantor Cabang menyiapkan data dan melaporkan kinerja keuangannya masing-masing,
- 4) Kantor Cabang mengirimkan laporan kinerja keuangan kepada KP sesuai dengan tanggal yang telah ditentukan atau sebelum tanggal tersebut,
- 5) KP mengkompilasi laporan keuangan dari masing-masing kantor cabang

4.2b. Pengetahuan Organisasi

(1) Manajemen Pengetahuan (KM)

(2) Praktik Terbaik (Best Practice)

(3) Pembelajaran Organisasi

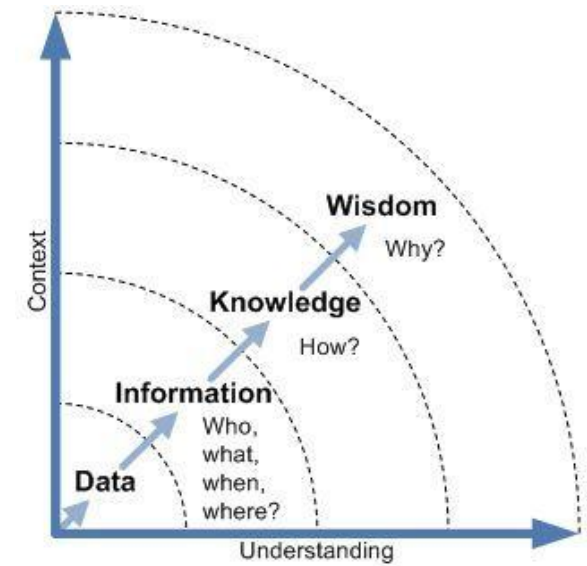
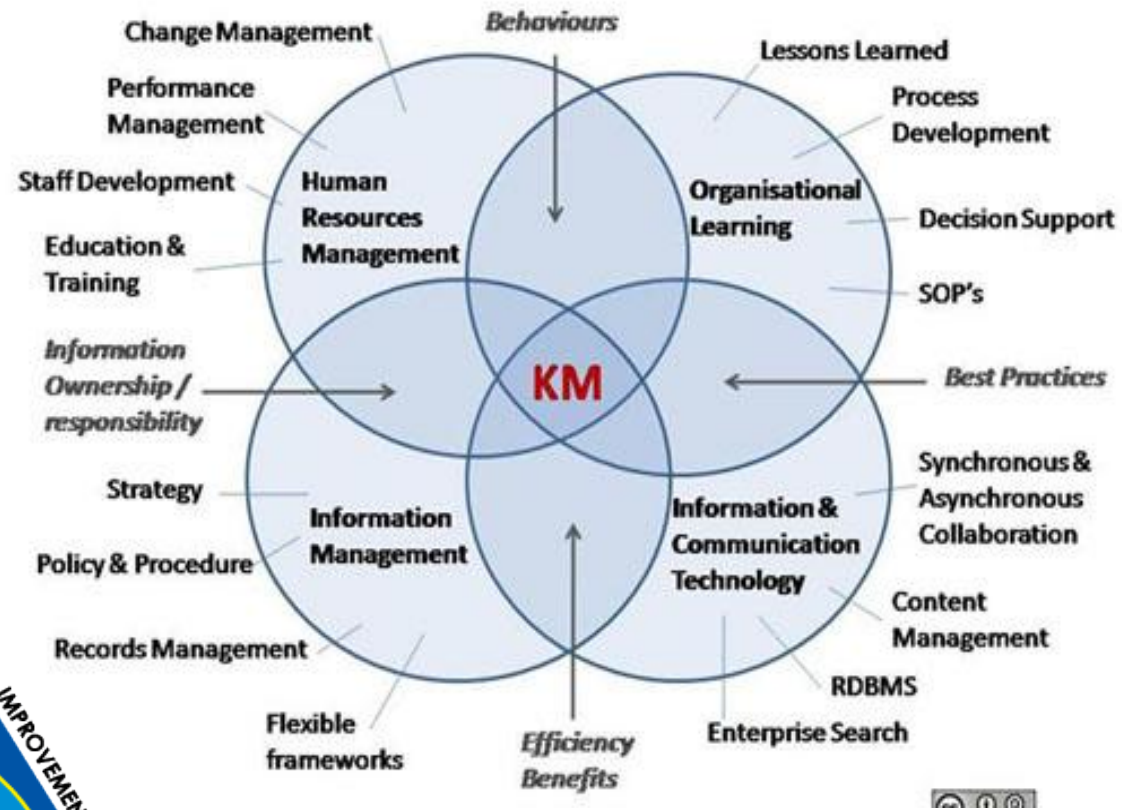
Bagaimana perusahaan membangun dan mengelola pengetahuan organisasi?.

- Bagaimana perusahaan :
 - mengumpulkan dan mentransfer pengetahuan tenaga kerja,
 - menggabungkan/memadukan dan mengkorelasikan data dari berbagai sumber untuk membangun pengetahuan baru,
 - mentransfer pengetahuan yang relevan dari dan ke pelanggan, pemasok, mitra dan kolaborator (pihak lain yang terlibat dalam pekerjaan),
 - meramu (*assamble*) dan mentransfer pengetahuan yang relevan untuk digunakan dalam *inovasi* dan proses perencanaan strategis?

Bagaimana perusahaan menyebarluaskan atau berbagi praktik terbaik (*best practice*) di perusahaan?

- Bagaimana perusahaan mengidentifikasi unit organisasi atau unit operasinal yang berkinerja tinggi?
- Bagaimana perusahaan mengidentifikasi praktik terbaik mereka untuk dibagikan dan diimplementasikan di seluruh organisasi, yang sesuai?

Bagaimana perusahaan menggunakan pengetahuan dan sumber dayanya untuk melekatkan (*embedding*) pembelajaran sebagai bagian dari praktik sehari-hari cara bekerja di perusahaan?





merangkai dan mentransfer pengetahuan yang relevan digunakan untuk inovasi dan PROSES perencanaan strategis

Perusahaan menggabungkan dan mentransfer pengetahuan yang relevan untuk digunakan dalam *inovasi* dan proses perencanaan strategis, dengan cara sbb.

- Menyelenggarakan kegiatan dan kerjasama dengan mitra, pelanggan, pemasok secara efektif, pro aktif, dan fokus,
- Mengidentifikasi dan mengumpulkan pengetahuan yang didapat dari kegiatan tersebut,
- Menyeleksi pengetahuan untuk menjadi peluang inovasi dan isu strategis,
- Mengimplementasikan inovasi dan menyusun perencanaan strategis,
- Mengevaluasi atas implementasi inovasi dan perencanaan strategis.

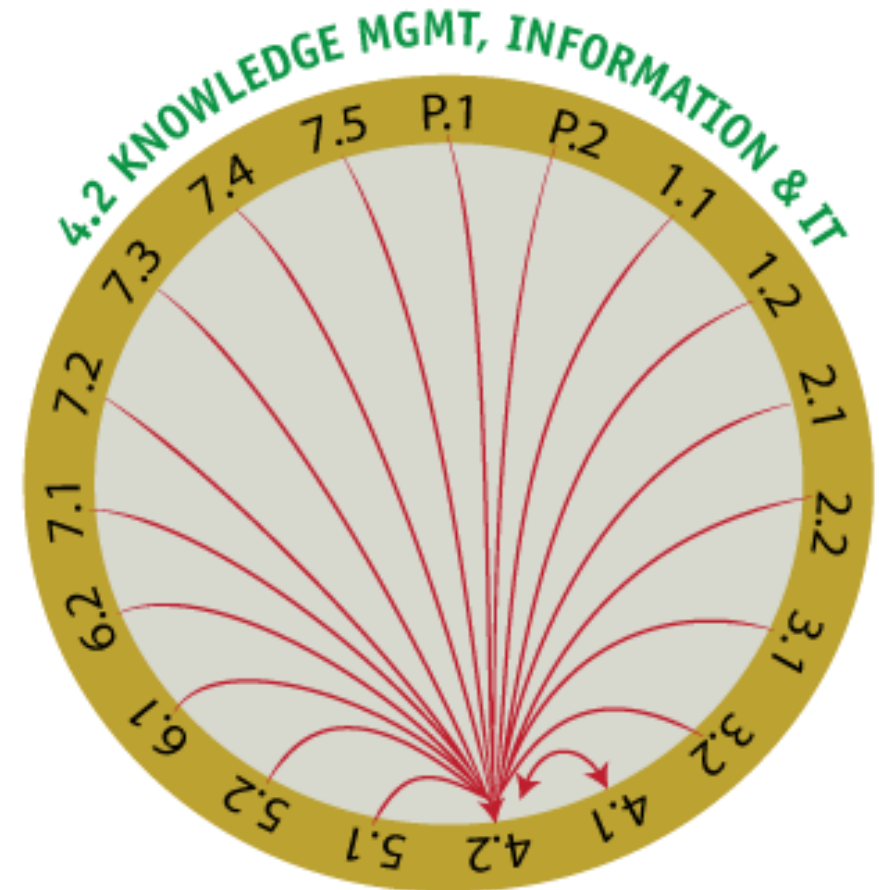


4.2 Manajemen Pengetahuan, Informasi, dan Teknologi Informasi

Informasi untuk Pengambilan Keputusan Diperoleh dari Seluruh Kategori & Proses Di Perusahaan.

(-) Akan menghambat/menyulitkan dalam:

- Mengidentifikasi problem utama yg berpengaruh kepada ketidakpuasan pelanggan, demotivasi tenaga kerja, rendahnya produktivitas.
- Mengoptimalkan kinerja perusahaan.
- Merespon perubahan bisnis yang dibutuhkan dan arah perusahaan.
- Transfer pengetahuan dari karyawan senior.





Pengukuran, Analisis & Manajemen Pengetahuan

Contoh-contoh efektif yang dilakukan

- Manajemen berdasarkan fakta.
- Data terkait tenaga kerja: keselamatan, *engagement*, pemberdayaan, pengakuan & penghargaan.
- Sumber data baru: website, social media, youtube, webinar.
- *Benchmark*/membandingkan dengan yang terbaik.
- Data suara pelanggan & operasional dibutuhkan Leader.
- *Review* hasil kinerja secara regular.
- Sistem informasi *dashboard*.
- Proses kerja utama didokumentasikan & dapat diakses untuk praktik terbaik.
- Pertukaran pengetahuan/informasi dari pelanggan, pemasok, mitra & kolaborator
- *Sunset review* (menentukan data apa saja yg tidak lagi dibutuhkan)

5. Tenaga Kerja (85 poin)

Kategori Fokus tenaga kerja menanyakan Bagaimana organisasi Anda menilai **kemampuan tenaga kerja dan kebutuhan kapasitas dan membangun lingkungan tenaga kerja** yang kondusif bagi kinerja ekselen. Kategori juga menanyakan Bagaimana organisasi Anda **melibatkan, mengelola, dan mengembangkan tenaga kerja** Anda untuk memanfaatkan potensi penuhnya sesuai dengan rencana misi, strategi, dan tindakan



TENAGA KERJA

LINGKUNGAN TENAGA KERJA

(1) Kapabilitas dan Kapasitas

(2) Tenaga Kerja Baru

(3) Manajemen Perubahan Tenaga Kerja

(4) Penyelesaian Pekerjaan

(1) Iklim Kerja

(2) Manfaat dan Kebijakan Tenaga Kerja

KETERLIBATAN TENAGA KERJA

(1) Budaya Perusahaan

(2) Faktor-faktor Pendorong Keterikatan

(3) Penilaian Keterikatan Tenaga Kerja

(4) Pengelolaan Kinerja

(1) Sistem Pembelajaran dan Pengembangan

(2) Efektivitas Pembelajaran dan Pengembangan

(3) Pengembangan Karir



5. Tenaga Kerja (85 pts.)

5.1 Lingkungan Tenaga Kerja: Bagaimana Anda membangun lingkungan kerja yang efektif dan mendukung? (40 pts.)
Bagaimana perusahaan menilai kebutuhan kapabilitas dan kapasitas tenaga kerja untuk membangun lingkungan kerja yang kondusif guna mencapai kinerja yang tinggi.

5.2 Keterlibatan Tenaga Kerja: Bagaimana Anda melibatkan angkatan kerja Anda untuk mencapai kesuksesan organisasi dan pribadi? (45 pts.)
Bagaimana perusahaan membangun keterikatan dengan pekerja (*workforce engagement*), mengelola dan mengembangkan tenaga kerja untuk dapat ter-utilisasi seluruh potensinya yang selaras dengan kebutuhan bisnis dan kebutuhan organisasi secara menyeluruh.

Manajemen Personalia vs Manajemen SDM (HRD)

MANAJEMEN PERSONALIA

Terkandung bahwa KARYAWAN (Personalia) hanya dianggap sebagai salah **satu faktor produksi** saja, yang tenaganya harus digunakan secara produktif bagi pencapaian tujuan.
(Rekrutmen – Penempatan – Pensiun)



MANAJEMEN HRD, terkandung pengertian bahwa KARYAWAN (SDM) yang ada di perusahaan merupakan **aset Perusahaan** (Kekayaan, Milik yang berharga), sehingga harus dipelihara dan dipenuhi kebutuhannya dengan baik (HRD Plan, Development, Career Planing)



5 . Tenaga Kerja (85 pts.)

5.1 .Lingkungan Kerja

a. Kapailitas & Kapasitas Tenaga Kerja

- (1) Kapabilitas dan Kapasitas
- (2) Tenaga Kerja Baru
- (3) Manajemen Perubahan Tenaga Kerja
- (4) Penyelesaian Pekerjaan

b. Iklim Kerja

- (1) Iklim Kerja
- (2) Manfaat dan Kebijakan Tenaga Kerja

5.2 Keterikatan Tenaga Kerja:

a. Keterikatan Tenaga Kerja

- (1) Budaya Perusahaan
- (2) Faktor-faktor Pendorong Keterikatan
- (3) Penilaian Keterikatan Tenaga Kerja
- (4) Pengelolaan Kinerja

b. Pengembangan Tenaga Kerja & Pimpinan

- (1) Sistem Pembelajaran dan Pengembangan
- (2) Efektivitas Pembelajaran dan Pengembangan
- (3) Pengembangan Karir



5.1.a. Kapabilitas dan Kapasitas Tenaga Kerja

(1) Kapabilitas dan Kapasitas

(2) Tenaga Kerja Baru

(3) Penyelesaian Pekerjaan

(4) Manajemen Perubahan Tenaga kerja

Bagaimana perusahaan menilai/mengevaluasi/menindaklanjuti (*asses*) kebutuhan kapabilitas dan kapasitas tenaga kerja?

- Bagaimana perusahaan menilai/mengevaluasi/**merencanakan** keterampilan (*skills*), kompetensi, sertifikasi dan tingkatan staf yang dibutuhkan?

Bagaimana perusahaan melakukan perekrutan, penerimaan, penempatan dan mempertahankan tenaga kerja baru?

- Bagaimana perusahaan memastikan tenaga kerjanya telah merepresentasikan **keberagaman** ide dan budaya, dan pemikiran untuk melakukan perekrutan dari komunitas pelanggan?
- Bagaimana perusahaan memastikan tenaga kerja yang baru sesuai (*fit*) dengan budaya perusahaan?

5.1.a. Kapabilitas dan Kapasitas Tenaga Kerja

(1) Kapabilitas dan Kapasitas

(2) Tenaga Kerja Baru

(3) Penyelesaian Pekerjaan

(4) Manajemen Perubahan Tenaga kerja

Bagaimana perusahaan mempersiapkan tenaga kerjanya untuk merubah kapabilitas dan kapasitas mereka sesuai kebutuhan perusahaan?

- Bagaimana perusahaan :
 - tenaga kerja, jika hal itu perlu untuk dilakukan,
 - mempersiapkan diri untuk menghadapi dan mengelola setiap periode pertumbuhan tenaga kerja, mengelola keinginan tenaga kerja dan keinginan perusahaan untuk memastikan kelangsungan bisnis, mencegah pengurangan tenaga kerja dan meminimalkan dampak dari pengurangan
 - mempersiapkan tenaga kerjanya untuk perubahan struktur organisasi dan sistem kerja, jika diperlukan?

Bagaimana perusahaan mengatur dan mengelola tenaga kerja?

- Bagaimana perusahaan mengatur (*organize*) dan mengelola tenaga kerja untuk :
 - menyelesaikan pekerjaan,
 - mendayagunakan/menguatkan kompetensi inti perusahaan,
 - memperkuat fokus perusahaan kepada pelanggan dan bisnis; mencapai kinerja yang melampaui harapan?.



5.1.b. Iklim kerja

(1) Lingkungan kerja

(2) Manfaat dan Kebijakan Tenaga Kerja

Bagaimana perusahaan memastikan dikelolanya kesehatan lingkungan kerja, keamanan dan aksesibilitas untuk para pekerja?

- Apa ukuran kinerja dan sasaran perbaikan, terkait dengan faktor-faktor apa saja yang berkaitan dengan lingkungan kerja?
- Untuk lingkungan kerja yang berbeda, apa perbedaan yang signifikan yang ada pada faktor-faktor tersebut dan apa ukuran kinerja atau targetnya?

Bagaimana perusahaan mendukung tenaga kerja melalui layanan, manfaat (*benefits*) dan kebijakan perusahaan?.

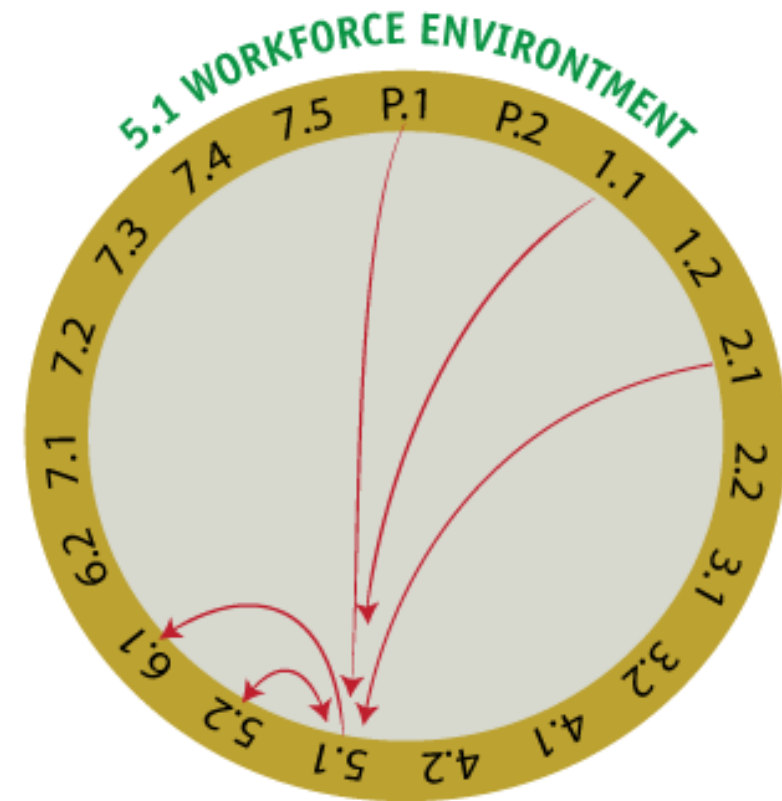
- Bagaimana perusahaan menyesuaikan layanan, manfaat dan kebijakan tersebut untuk memenuhi keinginan dari tenaga kerja yang beragam, juga kelompok dan segmen tenaga kerja yang berbeda?
- Apa fasilitas/manfaat (*key benefits*) yang diberikan perusahaan kepada tenaga kerja?

5.1 Lingkungan Tenaga Kerja

Membangun lingkungan kerja yang efektif dan mendukung tenaga kerja.

Keselarasan dengan kategori lainnya:

- 1.1c(1) : Leader menciptakan **sukses** saat ini dan dimasa datang.
- 1.1b : Leader **mengkomunikasikan** keputusan kunci/utama dalam upaya memotivasi tenaga kerja (high performance & fokus kepada pelanggan).
- Pengembangan tenaga kerja **selaras** dengan strategi.
- **Efektif dan efisien** proses kerja sehingga optimal





5.2a. Keterikatan Tenaga Kerja

(1) Budaya Perusahaan

(2) Faktor-faktor Pendorong Keterikatan

(3) Penilaian Keterikatan Tenaga Kerja

(4) Pengelolaan Kinerja

Bagaimana perusahaan menumbuhkan budaya perusahaan yang memiliki karakteristik : komunikasi yang terbuka, berkinerja tinggi dan tenaga kerja yang memiliki keterikatan dengan perusahaan?.

- Bagaimana perusahaan memastikan, bahwa budaya perusahaan telah memanfaatkan keberagaman ide, budaya dan pemikiran dari para tenaga kerja?.
- Bagaimana perusahaan memberdayakan semua tenaga kerjanya?

Bagaimana perusahaan menentukan faktor-faktor utama yang mendorong terwujudnya keterikatan tenaga kerja (*workforce engagement*)?

- Bagaimana perusahaan menentukan faktor-faktor utama tersebut pada kelompok dan segmen tenaga kerja yang berbeda?



a. Keterikatan Tenaga Kerja

(1) Budaya Perusahaan

(2) Faktor-faktor Pendorong Keterikatan

(3) Penilaian Keterikatan Tenaga Kerja

(4) Pengelolaan Kinerja

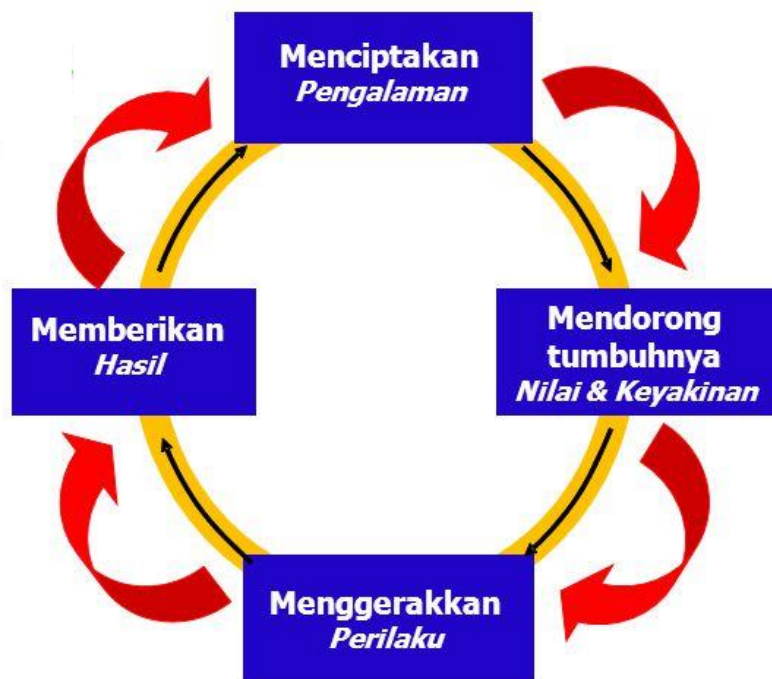
Bagaimana perusahaan menilai tingkat keterikatan tenaga kerja (*workforce engagement*)?

- Apa metode dan ukuran (baik formal maupun informal) yang digunakan untuk menentukan tingkat keterikatan tenaga kerja (*workforce engagement*), termasuk penilaian tingkat kepuasan tenaga kerja?.
- Bagaimana metode dan ukuran tersebut dibedakan untuk semua kelompok dan segmen tenaga kerja?.
- Bagaimana perusahaan menggunakan indikator lainnya, seperti retensi, absensi, keluhan pekerja, keselamatan pekerja dan produktivitas tenaga kerja, untuk menilai dan meningkatkan keterikatan tenaga kerja (*workforce engagement*)?

Bagaimana sistem manajemen kinerja karyawan (tenaga kerja) yang ada di perusahaan mendukung kinerja organisasi yang tinggi dan keterikatan tenaga kerja (*workforce engagement*)?.

- Bagaimana sistem manajemen kinerja tersebut mempertimbangkan kompensasi, penghargaan/pengakuan dan imbalan/insentif tenaga kerja?.
- Bagaimana sistem manajemen kinerja tersebut akan memperkuat :
 - pengambilan risiko yang cerdas/rasional untuk mencapai inovasi,
 - fokus kepada pelanggan dan bisnis,
 - pencapaian program kerja yang telah ditetapkan perusahaan?.

Akselerasi –internalisasi “BUDAYA”



1 DESAIN

TUJUAN

Menetapkan nilai-nilai inti dan perilaku utama

PROSES



2 IMPLEMENTASI

Implementasi perilaku utama yang mencerminkan budaya kerja unggul



“Honesty, we respect”

Sang pemilik dompet berterima kasih atas kejujuran Aldi mengembalikan dompetnya yang berisi uang Rp 24.112.00 dan beberapa kartu penting di dalamnya. Beberapa hari kemudian, Aldi pun menerima apresiasi dari Angkasa Pura atas kejujurannya

ISS Indonesia @ISSINDO · Jan 21

Great people, ISS memiliki fokus untuk memahami kebutuhan pelanggan dan menyediakan berbagai layanan fasilitas yang diperlukan demi memenuhi kebutuhan mereka. Berikut adalah layanan ISS. Kamu juga bisa baca mengenai ISS selengkapnya di id.issworld.com. #issindonesia

ISS Indonesia @ISSINDO · 23 Oct 2018

Bandara yang bersih, tentu akan membuat nyaman dan kesan yang baik bagi pengunjung yang datang.
Yuk bantu untuk vote Jakarta International Airport sebagai The World's Best Airport 2018 dengan klik bit.ly/voteCGK. #issindonesia #skytrax #jakartainternationalairport



Layanan:

Cleaning, Security, Property, Catering, Parking, Support.

5.2b. Pengembangan Tenaga Kerja & Pimpinan

(1) Sistem Pembelajaran dan Pengembangan

(2) Efektivitas Pembelajaran dan Pengembangan

(3) Pengembangan Karir

Bagaimana sistem pembelajaran dan pengembangan tenaga kerja yang ada di perusahaan mendukung kebutuhan organisasi dan pengembangan karyawan, manajer dan pemimpin di perusahaan?

- Bagaimana sistem pembelajaran dan pengembangan tenaga kerja dan pimpinan tersebut, telah mempertimbangkan hal-hal berikut :
 - mengatasi kompetensi inti, tantangan strategis dan pencapaian program kerja jangka pendek dan jangka panjang,
 - mendukung peningkatan kinerja perusahaan, perubahan organisasi dan inovasi,
 - mendukung etika dan dijalankannya praktik bisnis yang beretika dan fokus kepada pelanggan,
 - mempertimbangkan pembelajaran dan pengembangan yang sesuai dengan keinginan pekerja,
 - memastikan penguatan pengetahuan dan keterampilan baru dalam pekerjaan?

5.2b. Pengembangan Tenaga Kerja & Pimpinan

(1) Sistem Pembelajaran dan Pengembangan

(2) Efektivitas Pembelajaran dan Pengembangan

(3) Pengembangan Karir

Efektivitas pembelajaran dan pengembangan - Bagaimana perusahaan mengevaluasi Efektivitas dan efisiensi sistem pembelajaran dan pengembangan tenaga kerja?

- Bagaimana perusahaan :
 - mengelola korelasi antara hasil pembelajaran dan pengembangan tenaga kerja dengan hasil penilaian keterikatan tenaga kerja (*workforce engagement*) dan pencapaian kinerja perusahaan, sebagaimana yang diungkapkan pada kategori 7,
 - menggunakan hasil korelasi tersebut untuk mengidentifikasi peluang peningkatan keterikatan tenaga kerja (*workforce engagement*), juga peluang untuk memperbaiki/meningkatkan sistem pembelajaran dan pengembangan yang saat ini dilakukan?.

Bagaimana perusahaan mengelola kemajuan karir para pekerja dan calon pemimpin masa depan perusahaan?.

- Bagaimana perusahaan mengelola pengembangan karir para pekerja?.
- Bagaimana perusahaan melakukan kaderisasi (*succession planning*) untuk posisi managerial dan pimpinan?.

Bagaimana **sistem pembelajaran dan pengembangan** tenaga kerja yang ada di perusahaan mendukung kebutuhan organisasi dan pengembangan karyawan, manajer dan pemimpin di perusahaan?

BERITA SATU



HOME BOLA DUNIA **EKONOMI** POLITIK NASIONAL MEGAPOLITAN HIBURAN GAYA HIDUP KESEHATAN OLAHRAGA

Tahun 2019, Kementerian PUPR Prioritaskan Sertifikasi Tenaga Kerja Konstruksi



Ketua LPJKN Ruslan Rival (tengah) memberi keterangan pers di Jakarta, Kamis (14/2). (Foto: beritasatu.com / Edi Hardum)

Hanya 720.000 dari 8,1 Juta Tenaga Konstruksi yang Bersertifikat

ERWIN HUTAPEA

Kompas.com - 30/07/2018, 16:19 WIB



PENGEMBANGAN KOMPETENSI KARYAWAN

- program *On the Job Assignment*
- *In-House Training*
- Program *Public Training*

(+) Implementasi terkait tenaga kerja



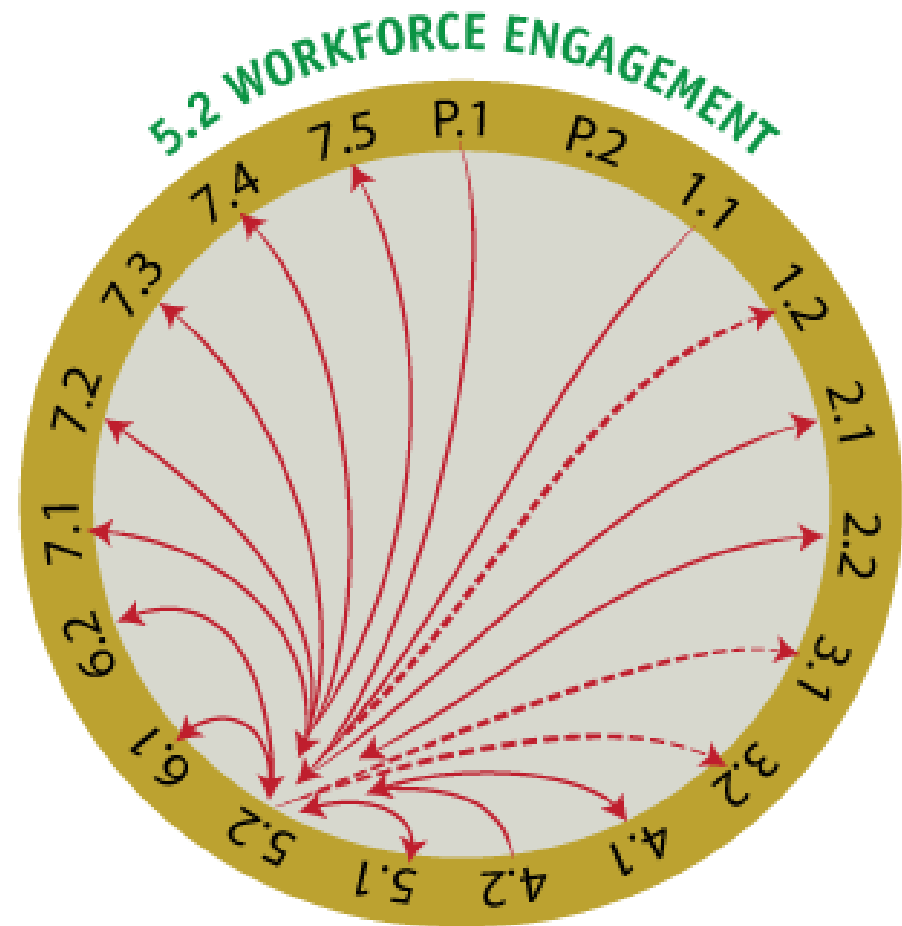
- **Pemetaan skill** tenaga kerja
- Pelatihan tenaga kerja **“cross training”** (perubahan kapabilitas & kapasitas)
- Tim kerja yang **“cross functional”**
- Kompensasi, pengakuan, penghargaan dan insentif untuk peningkatan hasil kinerja perusahaan.
- Peningkatan metode pengukuran **engagement & kepuasan** tenaga kerja.
- Adanya keterkaitan antara tujuan strategis dan pendidikan & pelatihan.

5.2 Keterikatan Tenaga Kerja

Membangun keterikatan tenaga kerja guna mencapai sukses perusahaan dan personil.

Keselarasan dengan kategori lainnya:

- Leader **menciptakan lingkungan untuk sukses**.
- Leader bertanggungjawab terkait **memotivasi TK** (training, development system learning on the job).
- Pertimbangan dalam menyusun **perencanaan strategi**.
- Efektif dan efisien proses kerja sehingga optimal
- **Benchmark data** dalam mendesain proses terkait keterikatan tenaga kerja.
- **Peningkatan dan efisiensi** proses kerja didukung oleh tenaga kerja (engage, skill & motivated).



6. Operasional (85 poin)

Kategori Fokus Operasi mengevaluasi bagaimana organisasi Anda **merancang, mengelola, dan memperbaiki produk dan proses kerjanya dan meningkatkan efektivitas operasional** untuk memberikan nilai pelanggan dan mencapai kesuksesan dan keberlanjutan organisasi.



WORK SYSTEMS



Seluruh pekerjaan yang diperlukan untuk menciptakan VALUE bagi pelanggan dan mencapai kesuksesan organisasi.

INTERNAL

- Dilakukan tenaga kerja dibawah supervisi perusahaan.
- Selaras dengan kompetensi inti dan melibatkan mayoritas tenaga kerja (pada proses kerja utama).

EXTERNAL

Pekerjaan yang dilakukan oleh pihak luar (pemasok, mitra, kolaborator).

Proses Kerja

Work & Process Design

Desain produk & proses kerja untuk memenuhi semua persyaratan utama

Key Work Process

Menentukan persyaratan proses kerja utama

Innovation Management

Pengelolaan inovasi untuk mengejar peluang strategis berdasarkan kajian risiko *cost-benefit*

Support Process

Menentukan dan mendata proses-proses pendukung.

Supply Chain

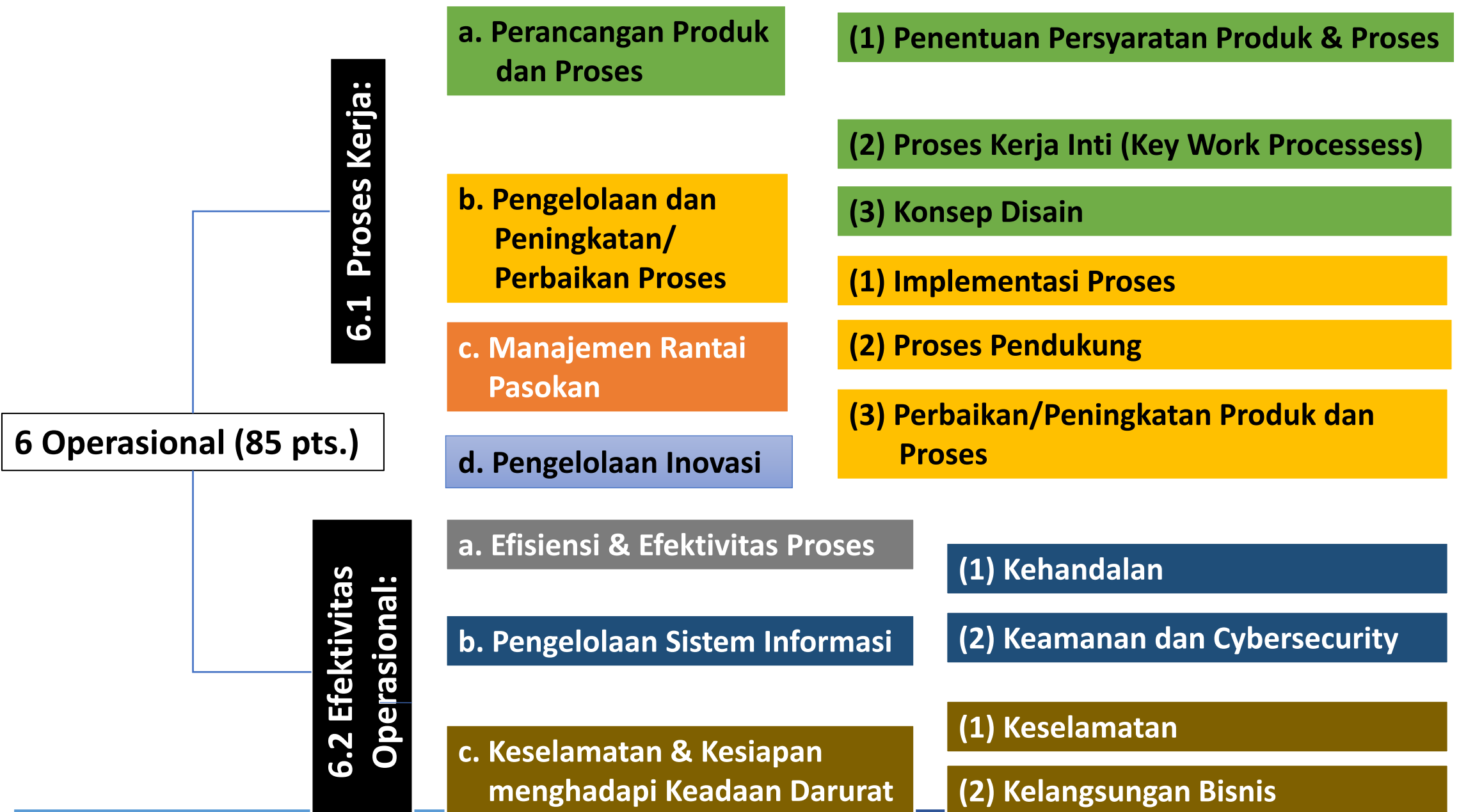
Pengelolaan rantai pasokan

6 Operasional (85 poin.)

6.1 Proses Kerja: Bagaimana Anda merancang, mengelola, dan memperbaiki produk dan proses kerja utama Anda? (45 pts.)

Bagaimana perusahaan merancang, mengelola, meningkatkan dan melakukan inovasi produk dan proses kerja, juga menanyakan

6.2 Efektivitas Operasional: Bagaimana Anda memastikan manajemen yang efektif Operasi Anda secara berkelanjutan dan untuk masa depan? (40 pts.)
bagaimana perusahaan meningkatkan EFEKTIVITAS OPERASIONAL untuk memberikan NILAI KEPADA PELANGGGAN dan mencapai SUKSES PERUSAHAAN YANG BERKELANJUTAN.





a. Perancangan Produk dan Proses

(1) Penentuan Persyaratan Produk & Proses

(2) Proses Kerja Inti (Key Work Processes)

(3) Konsep Disain

Bagaimana perusahaan menentukan persyaratan utama produk dan poses kerja?

Apa proses kerja inti/utama (*key work processes*) perusahaan?

- Apa persyaratan utama untuk proses kerja tersebut?

Bagaimana perusahaan merancang produk dan proses kerja agar sesuai dengan persyaratan?

- Bagaimana perusahaan memadukan teknologi baru, pengetahuan organisasi, keunggulan produk, nilai pelanggan, pertimbangan risiko dan kebutuhan potensial untuk menghasilkan kelincahan produk dan proses?

6.1b. Pengelolaan dan Peningkatan/Perbaikan Proses

(1) Implementasi Proses

(2) Proses Pendukung

(3) Perbaikan/ Peningkatan Produk dan Proses

Bagaimana perusahaan memastikan proses kerjanya yang sehari-hari dijalankan telah memenuhi persyaratan utama proses kerja?

- Apa ukuran atau indikator kinerja utama dan ukuran kinerja proses (*in process measures*) yang digunakan untuk mengontrol dan meningkatkan kualitas proses kerja?
- Bagaimana ukuran kinerja tersebut pada akhirnya berujung pada kualitas produk dan kinerja perusahaan?

Bagaimana perusahaan menetapkan proses-proses pendukung yang utama?

- Apa saja proses-proses pendukung tersebut?
- Bagaimana perusahaan memastikan proses-proses pendukung yang sehari-hari berjalan telah memenuhi persyaratan utama bisnis?

Bagaimana perusahaan meningkatkan proses kerja untuk meningkatkan kualitas/kinerja produk dan kinerja organisasi, menguatkan kompetensi inti dan mengurangi perbedaan yang tidak diinginkan (variabilitas)?

6.1c. Manajemen Rantai Pasokan

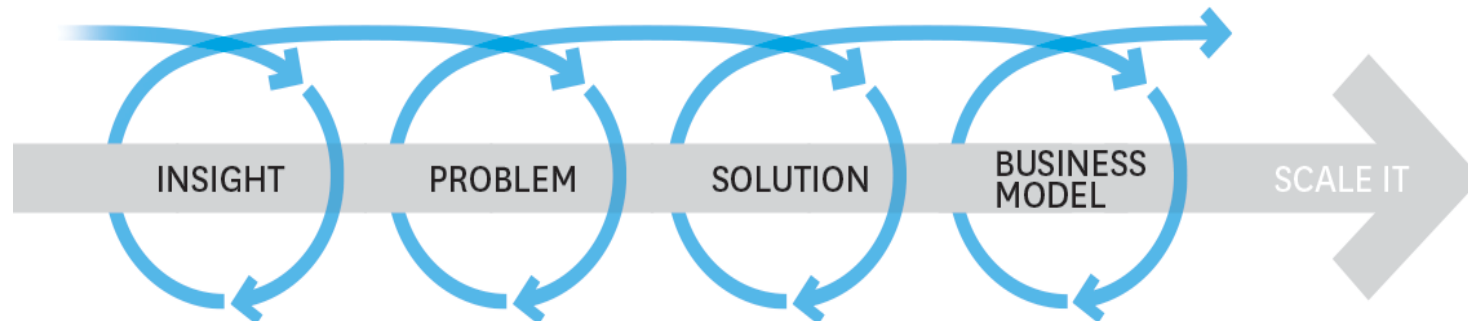
Bagaimana perusahaan mengelola rantai pasokan (supply chain)?.

- Bagaimana perusahaan :
 - memilih pemasok dan memastikan, bahwa mereka memenuhi syarat dan diposisikan untuk tidak hanya memenuhi kebutuhan operasional tetapi juga meningkatkan untuk kinerja perusahaan dan meningkatkan kepuasan pelanggan,
 - mengukur dan mengevaluasi kinerja pemasok,
 - memberi umpan balik kepada pemasok untuk membantu mereka menjadi lebih baik,
 - menindaklanjuti pemasok yang kinerjanya buruk?

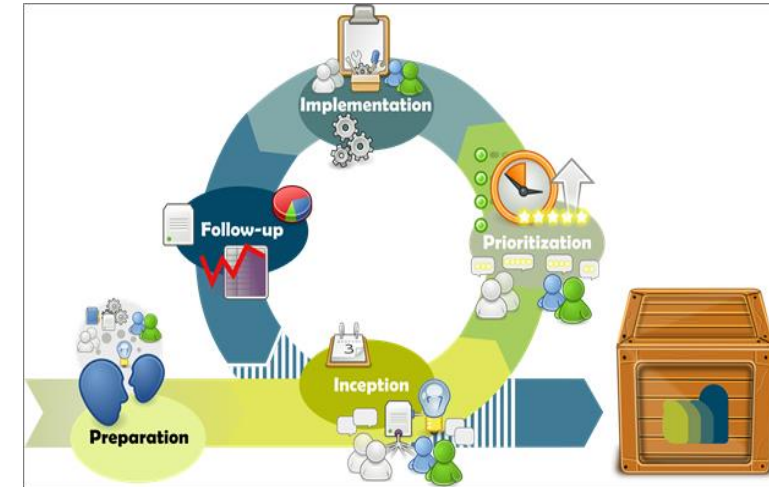
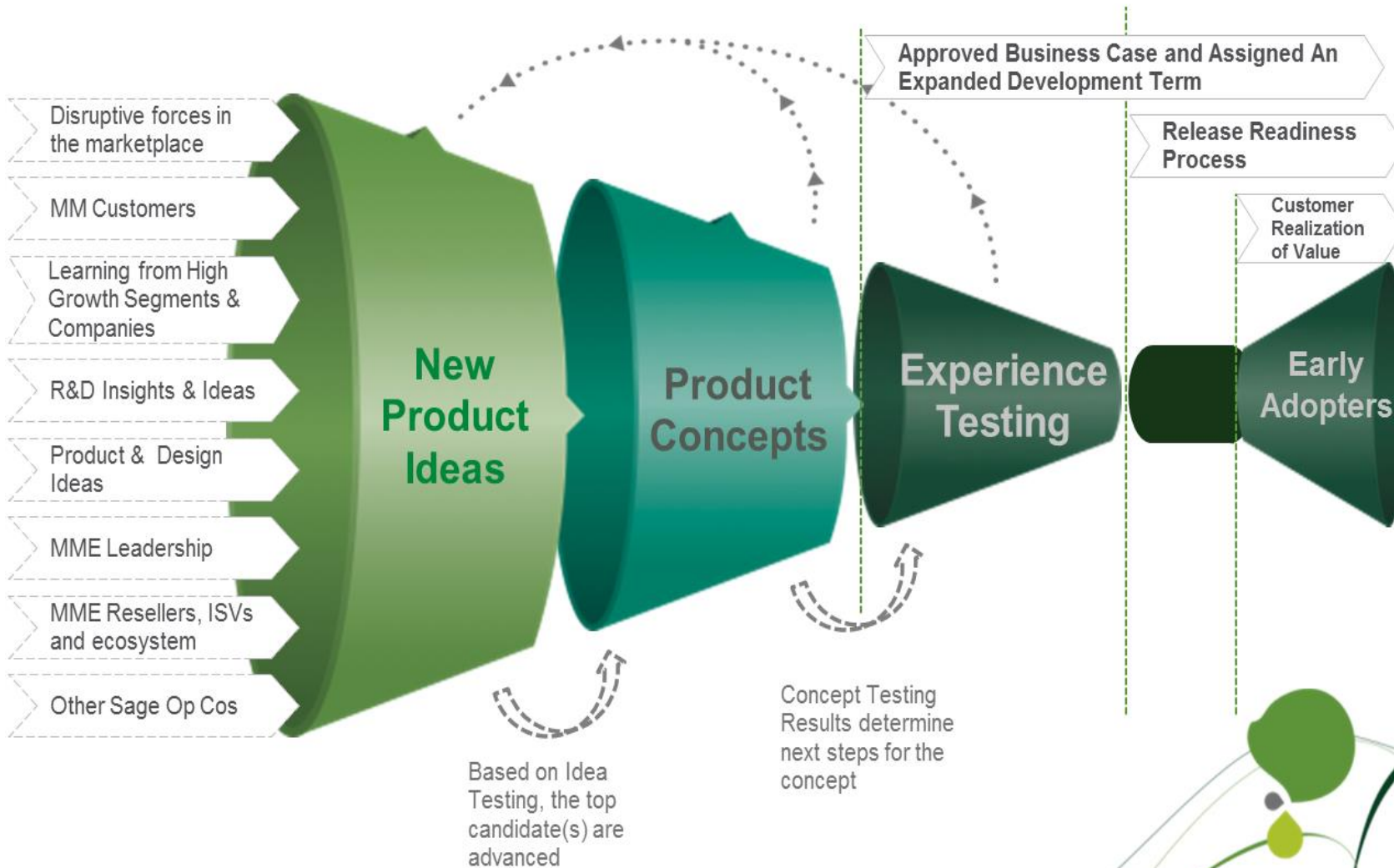
6.1d. Pengelolaan Inovasi

Bagaimana perusahaan mengejar peluang-peluang untuk inovasi?

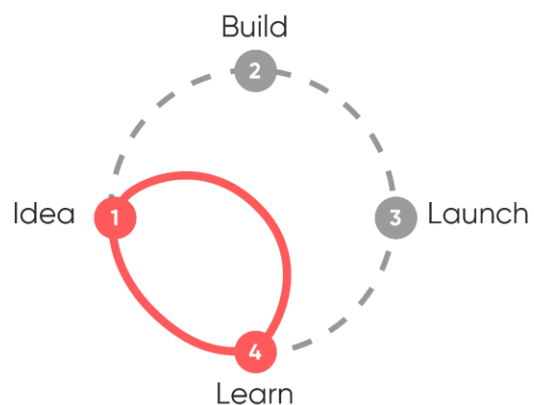
- Bagaimana perusahaan mengejar peluang-peluang strategis yang penentuannya berbasis pengambilan risiko yang cerdas/rasional (*intelligent risk*)?
- Bagaimana perusahaan menyediakan kebutuhan finansial dan sumber daya lainnya untuk mewujudkan peluang tersebut?
- Bagaimana perusahaan pada waktu yang tepat menghentikan mengejar peluang tersebut untuk mengalihkan dukungan pada peluang lain yang lebih tinggi prioritasnya?.



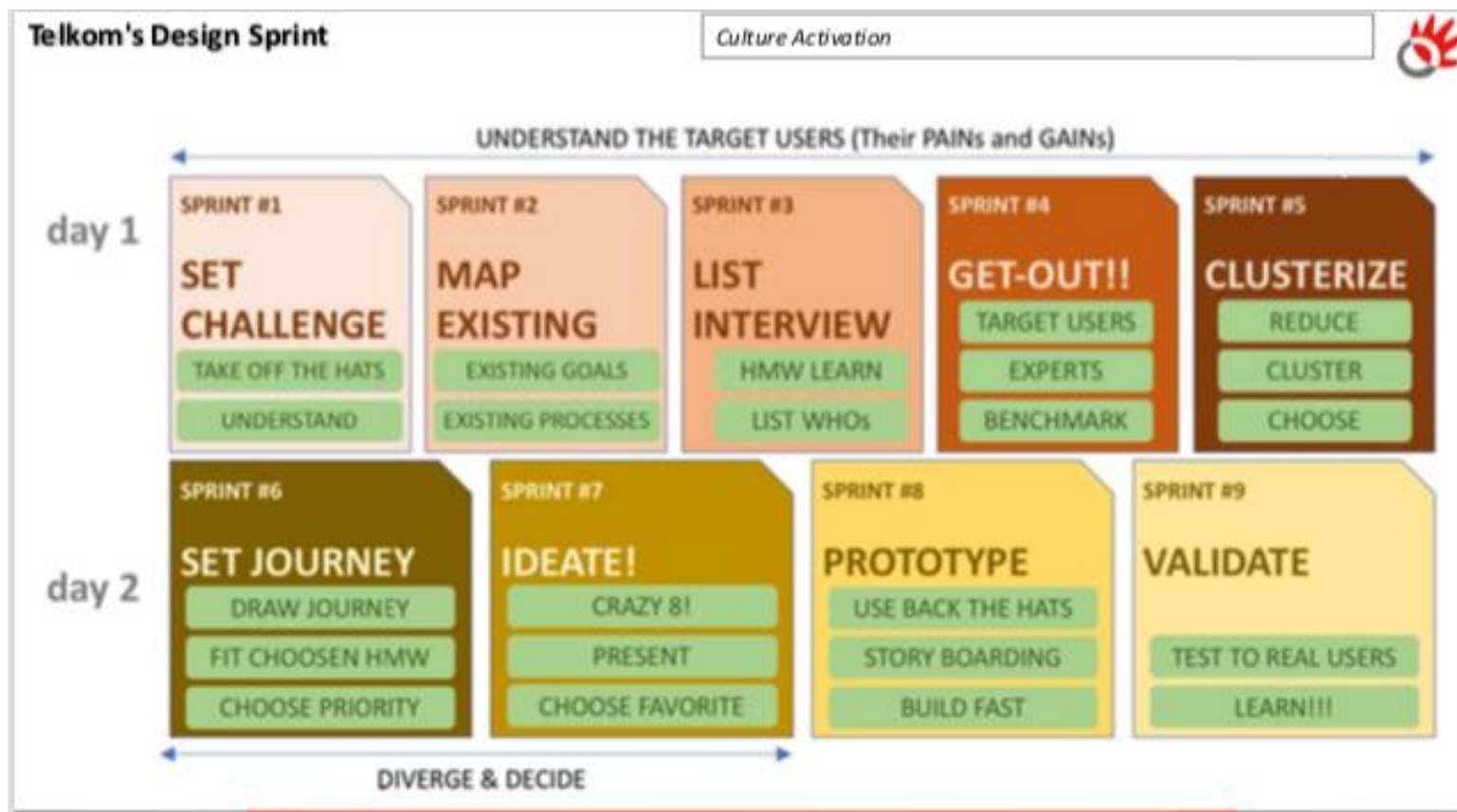
Innovation Process overview



The Design Sprint



Design Sprint dapat disosialisasikan di lingkungan kerja, dan sebagai *starting point* sehingga dapat dilakukan untuk menyelesaikan persoalan di masing-masing unit kerja.





6.2a. Efisiensi & Efektivitas Proses

(1) Efisiensi dan Efektivitas Proses

Bagaimana perusahaan mengendalikan semua biaya operasional?

- Bagaimana perusahaan :
 - memadukan/menyelaraskan waktu proses (*cycle time*), produktivitas dan faktor-faktor efektivitas dan efisiensi lainnya ke dalam proses kerja,
 - mencegah kegagalan, kesalahan layanan, dan pengulangan pekerjaan,
 - meminimalkan biaya garansi/jaminan layanan atau kehilangan pendapatan dari pelanggan, jika dimungkinkan,
 - meminimalkan biaya inspeksi, pengujian dan audit proses maupun audit kinerja, jika dimungkinkan,
 - menyeimbangkan antara keinginan perusahaan untuk melakukan pengendalian biaya dengan tuntutan/keinginan pelanggan?

6.2b. Pengelolaan Sistem Informasi

(1) Keandalan

(2) Keamanan dan Cybersecurity

Bagaimana perusahaan memastikan kehandalan sistem informasi?.

Bagaimana perusahaan menjamin keamanan dan *cybersecurity* terhadap sensitifitas atau *privileged* data dan informasi?

- Bagaimana perusahaan mengelola data dan informasi elektronik maupun fisik untuk terjamin kerahasiaannya dan hanya dapat diakses oleh yang berhak?
- Bagaimana perusahaan :
 - memelihara kepedulian perusahaan terhadap ancaman *cybersecurity* yang terus meningkat.
 - mengidentifikasi dan mengutamakan sistem teknologi informasinya untuk terlindungi dari serangan *cybersecurity*.
 - melindungi sistem yang digunakan dari serangan *cybersecurity*.
 - mendeteksi, merespon dan memulihkan kembali dari pembobolan *cybersecurity*?



6.2c. Keselamatan dan Kesiapan menghadapi Keadaan Darurat

(1) Keselamatan

(2) Kelangsungan Bisnis

Bagaimana perusahaan menyediakan lingkungan bekerja yang aman?.

- Bagaimana sistem keselamatan perusahaan telah memenuhi aspek pencegahan kecelakaan, inspeksi, analisis akar penyebab terjadinya kecelakaan dan pemulihan?

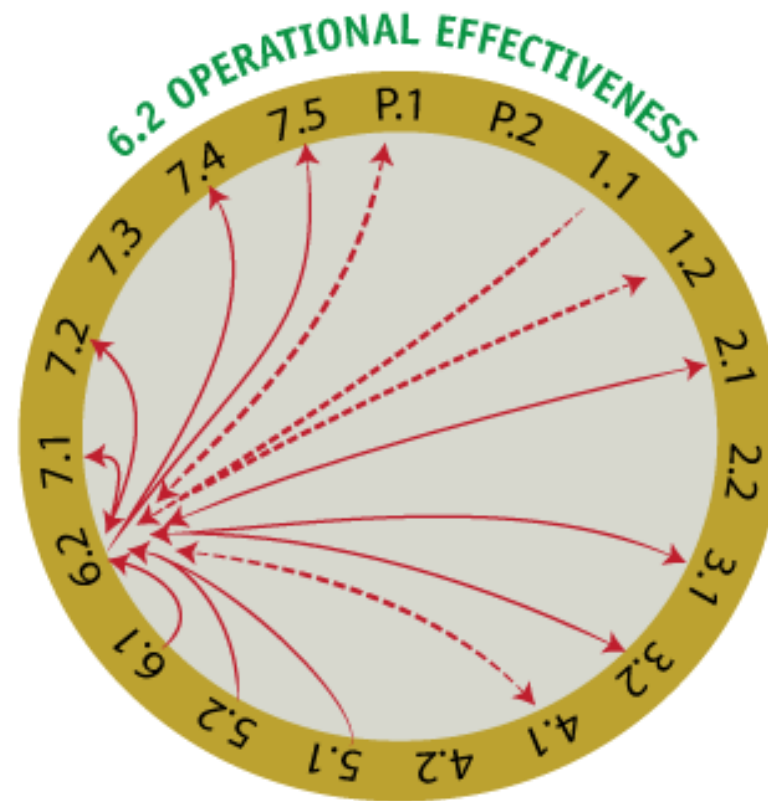
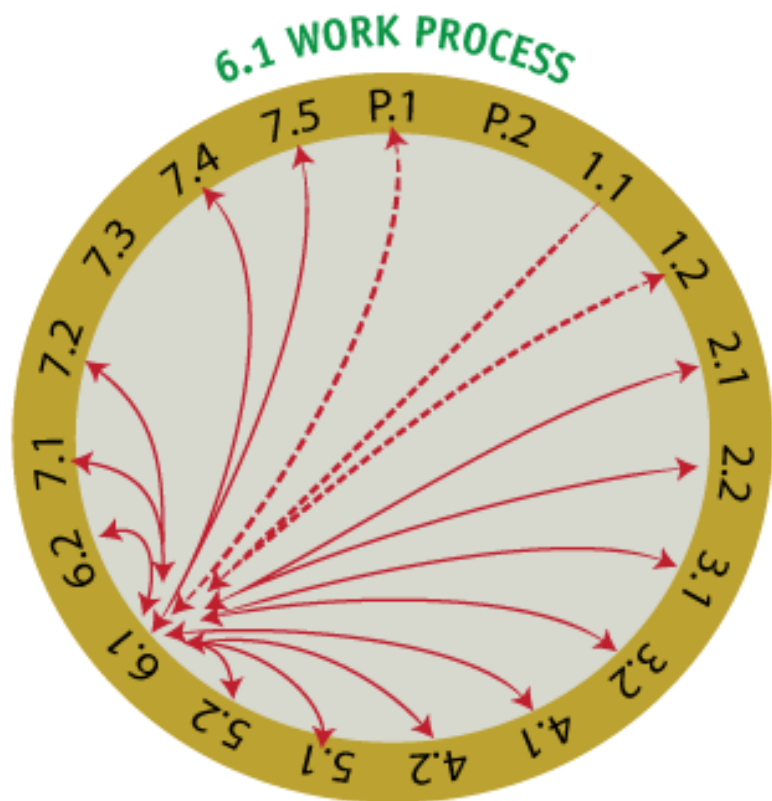
Bagaimana perusahaan memastikan, bahwa perusahaan siap jika sewaktu-waktu terjadi bencana atau keadaan darurat?.

- Bagaimana sistem tanggap darurat perusahaan telah memperhatikan aspek pencegahan, kelangsungan operasional dan pemulihan?.
- Bagaimana sistem penanggulangan bencana dan tanggap darurat perusahaan telah memperhitungkan aspek ketergantungan perusahaan berkaitan dengan pemasok dan mitra kerja?
- Bagaimana perusahaan memastikan, bahwa teknologi sistem informasi tetap beroperasi dengan aman untuk melayani pelanggan dan kebutuhan bisnis?

Risk & Disaster Management Cycle



INTEGRASI Kategori-6 Operasional



MENGUKUR KEMATANGAN HASIL



Intepretasi KPKU-BUMN 2019

**RAHASIA
TERBATAS**

Rujukan Materi

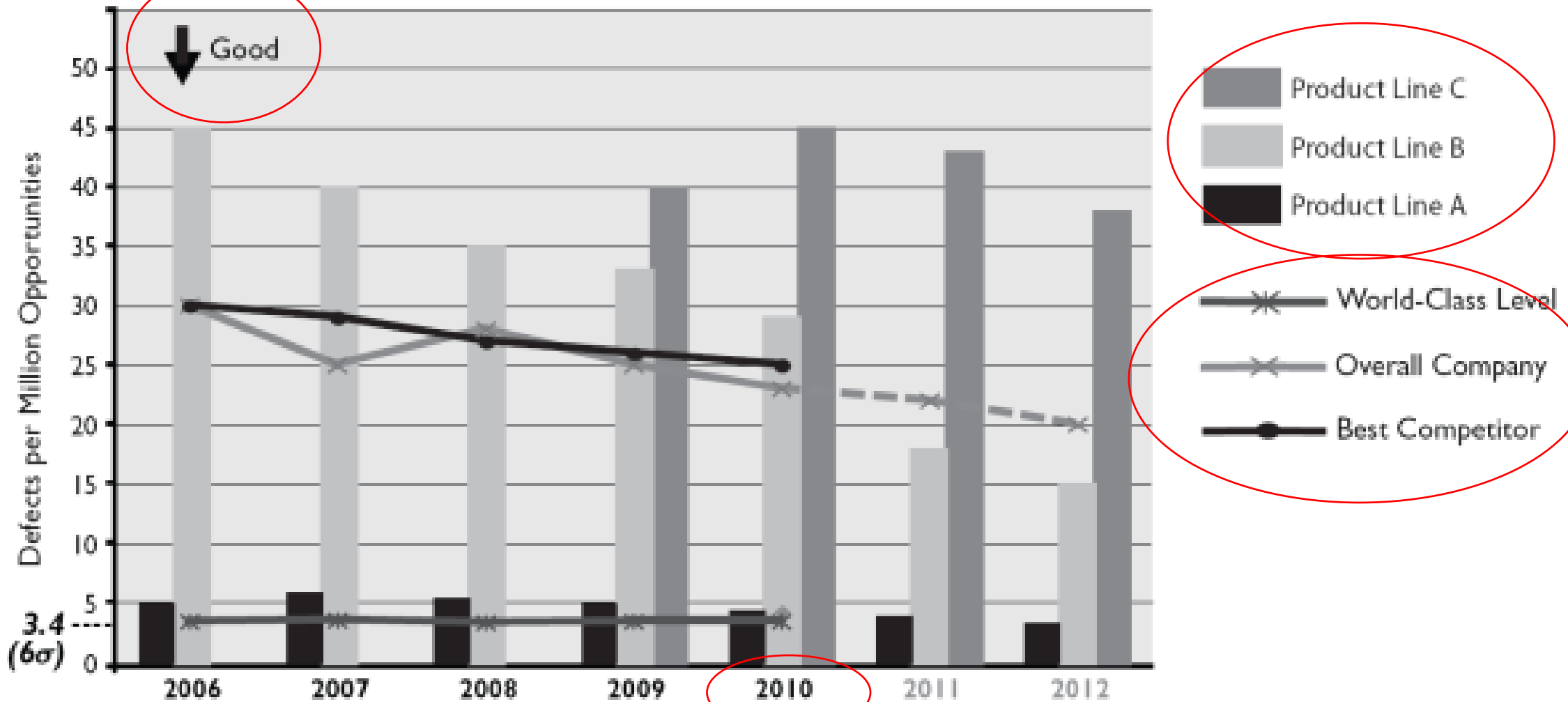


FORUM EKSELEN BUMN

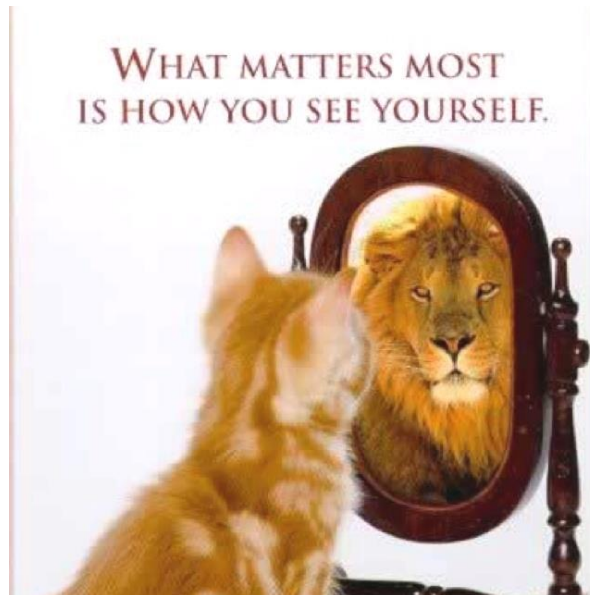
Tampilan Hasil



Figure 7.1-3 Defects per Million Opportunities



Makna Le-T-C-I



- **LEVEL** *Tingkat kinerja actual (tahun yang dinilai)* yang dilaporkan tentang skala pengukuran yang bermakna.
- **TREN** untuk menunjukkan arah dari hasil, laju perubahan, dan keluasan penyebaran
- **COMPARATION** *perbandingan* untuk menunjukkan bagaimana hasil dibandingkan dengan hasil perusahaan lain yang dipilih secara tepat
- **INTEGRATION** untuk menunjukkan bahwa semua hasil yang penting dicantumkan dan dipilah (contoh, berdasarkan kelompok pelanggan, tenaga kerja, proses, dan kelompok line-produk yang penting)

Kematangan Hasil : LeTCl

Le (Level)

- Good
- Poor

Le T

TREND

- Sustain
- Flat
- Advers
- Favourable
- UnFavourable

INTEGRATION

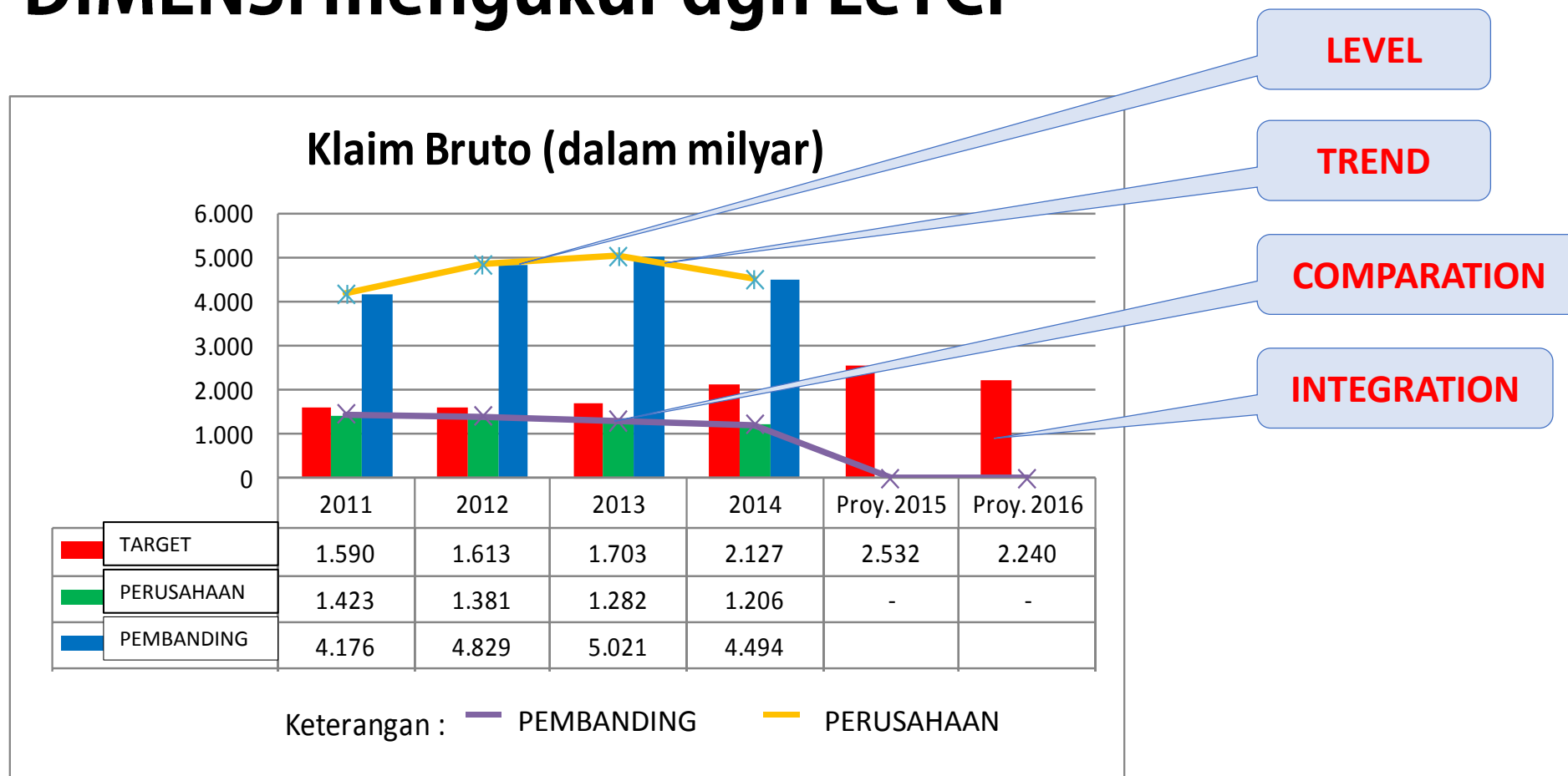
- Profil Organisasi
- Key Factor,
- Pelanggan/Pasar, Action Plan,
- Item Kriteria

C I

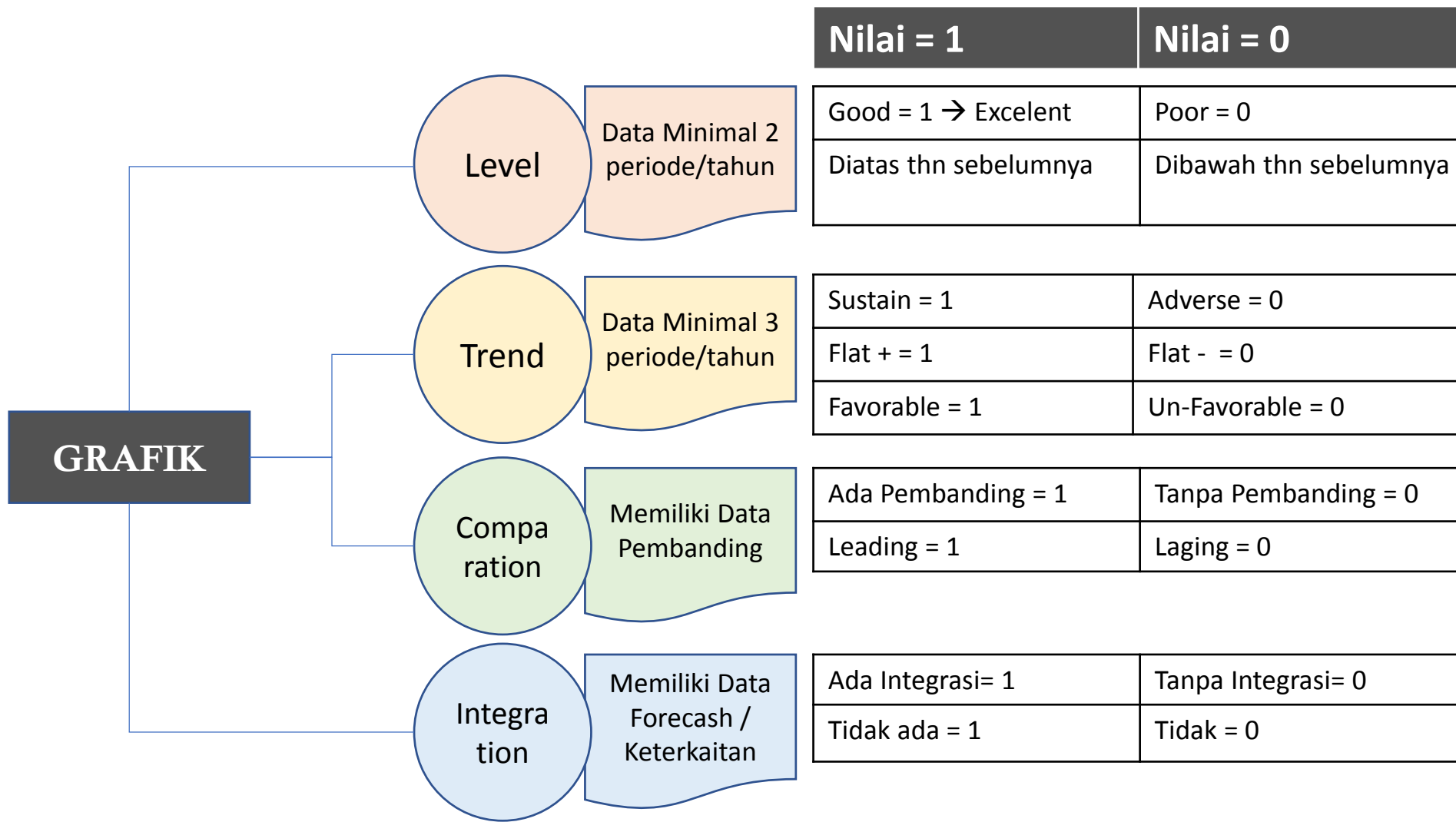
COMPARISON

- Leading
- Lagging
- No Coparation

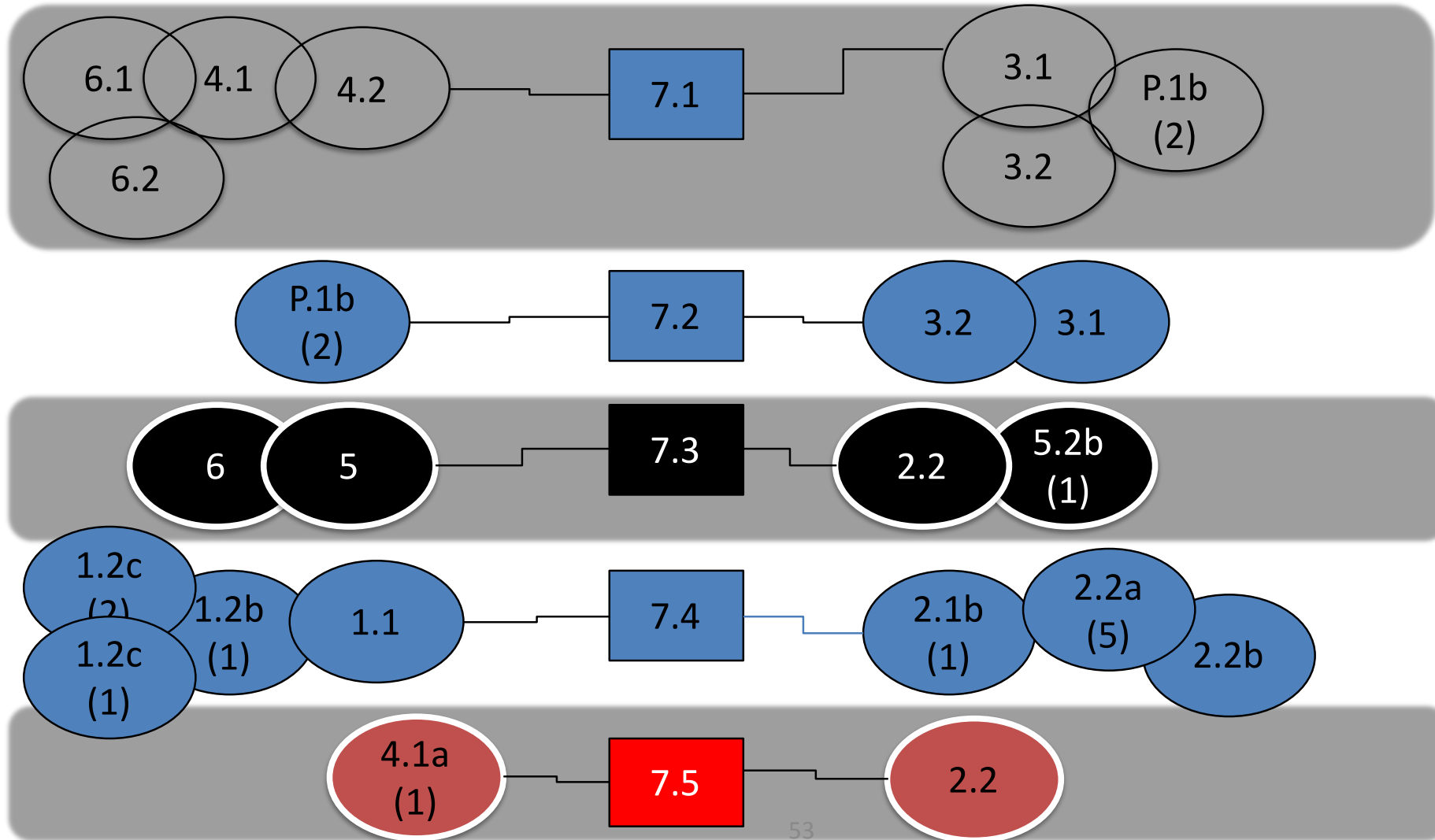
DIMENSI mengukur dgn LeTCI



memberikan Skor pada LeTCI



Linkage PROSES vs HASIL



Band Le-T-C-I

Level (Le)

0% atau 5%
10%, 15%, 20%, atau 25%
30%, 35%, 40%, atau 45%
50%, 55%, 60%, atau 65%
70%, 75%, 80%, atau 85%
90%, 95%, atau 100%

- Tidak ada hasil-hasil kinerja perusahaan yang dilaporkan, atau kecenderungan hasil yang dilaporkan **memburuk**. (Le)
- Sebagian kecil hasil kinerja perusahaan sudah dilaporkan; memenuhi persyaratan dasar (BASIC REQUIREMENTS) subkategorinya, dan ditemukan bukti tingkat kinerja **awal mulai membaik** (Le)
- Tingkat kinerja perusahaan **yang baik telah dilaporkan**, memenuhi persyaratan dasar (BASIC REQUIREMENTS) subkategorinya. (Le)
- Kinerja perusahaan **pada tingkat baik** telah dilaporkan memenuhi persyaratan umum (OVERALL REQUIREMENTS) sub kategorinya. (Le)
- Tingkat Kinerja perusahaan yang **baik hingga ekselen** ("good" to "excellent") telah dilaporkan, memenuhi seluruh persyaratan (MULTIPLE REQUIREMENTS) dari subkategorinya. (Le)
- Tingkat Kinerja perusahaan **yang ekselen** telah dilaporkan yang sepenuhnya memenuhi seluruh persyaratan subkategori. (Le)

Trend (T)

- Kecenderungan data tidak dilaporkan atau yang dilaporkan kebanyakan menunjukkan trend memburuk. (T)
- Beberapa trend data telah dilaporkan namun dari beberapa data trend tersebut menunjukkan kinerja memburuk.
- Beberapa trend data telah dilaporkan, dan sebagian besar data trend tersebut menunjukkan data yang baik/menguntungkan. (T)
- Ditemukan bukti Trend yang menguntungkan pada bidang-bidang penting pencapaian misi perusahaan. (T)
- Trend yang menguntungkan dapat dipertahankan sepanjang waktu (Sustain) pada sebagian besar bidang penting pencapaian misi perusahaan . (T)
- Trend yang menguntungkan telah dipertahankan sepanjang waktu pada seluruh bidang penting pencapaian misi perusahaan. (T)

Band Le-T-C-I

Comparison (C)

0% atau 5%
10%, 15%, 20%, atau 25%
30%, 35%, 40%, atau 45%
50%, 55%, 60%, atau 65%
70%, 75%, 80%, atau 85%
90%, 95%, atau 100%

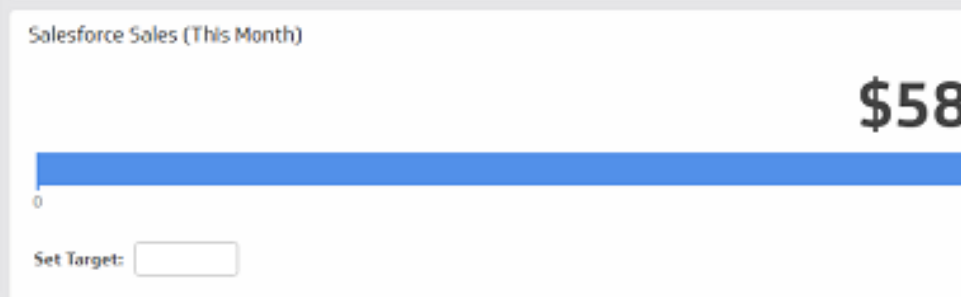
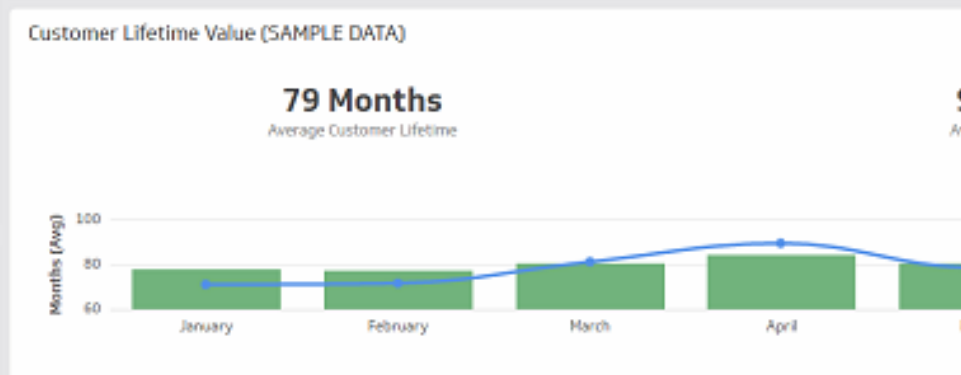
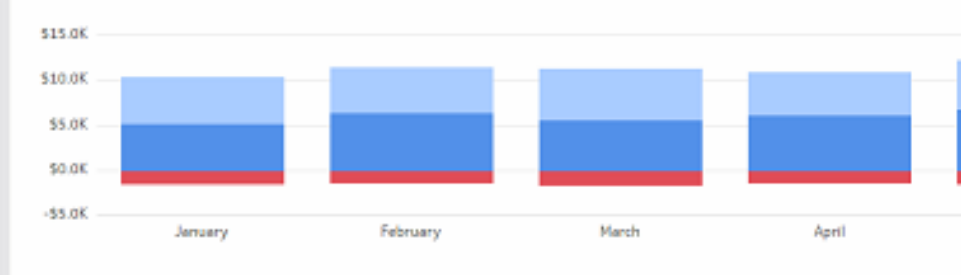
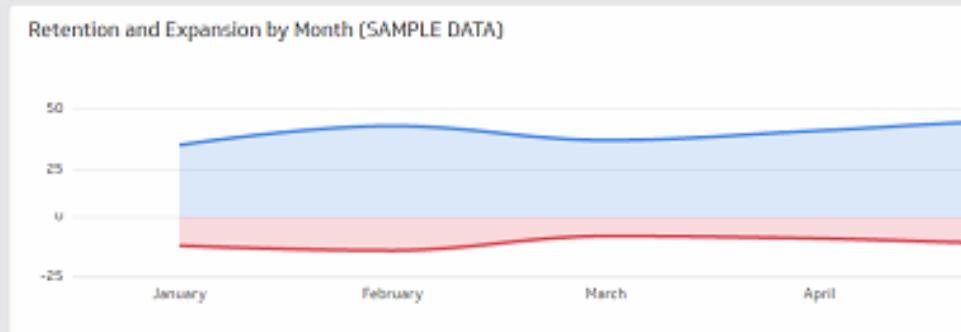
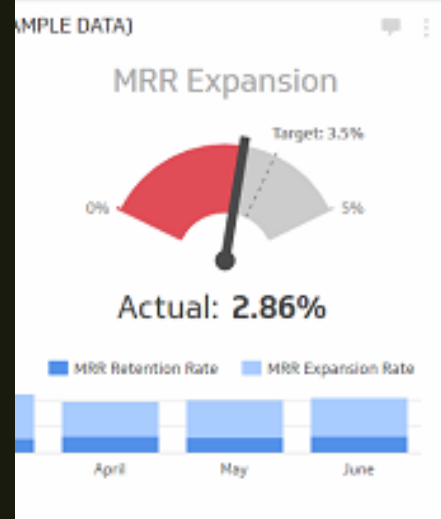
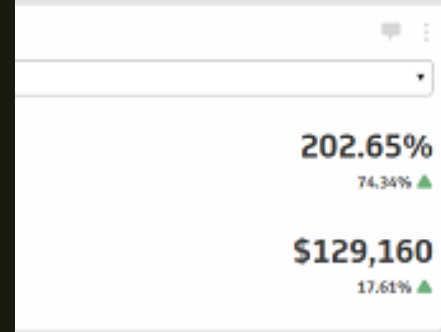
- Informasi pembandingan tidak dilaporkan. (C)
- Tidak ada atau hanya sedikit informasi pembandingan yang disajikan. (C)
- Informasi pembandingan yang dilaporkan terbukti masih pada tahap permulaan. (C)
- Beberapa tingkat kinerja saat ini telah dievaluasi terhadap pembandingan dan atau benchmark yang relevan, dan menunjukkan bidang kinerja yang relatif baik.(C)
- Banyak (many) hingga hampir seluruh (most) TREND dan LEVEL kinerja saat ini telah dievaluasi terhadap pembandingan dan/atau benchmark yang relevan dan menunjukkan kepemimpinan (leading) di bidangnya, serta kinerja yang relatif sangat baik ("very good/excellent dan Sustain"). (C)
- Pada banyak bidang yang dipaparkan telah disertakan data kepemimpinan benchmark dan industri.(C)

Integration (I)

- Hasil-hasil tidak dilaporkan pada **beberapa bidang yang penting** dalam pencapaian misi perusahaan . (I)
- Hasil-hasil yang dilaporkan meliputi **banyak bidang-bidang penting** bagi pencapaian misi perusahaan . (I)
- Hasil-hasil yang dilaporkan meliputi **banyak bidang-bidang penting** bagi pencapaian misi perusahaan . (I)
- Hasil-hasil kinerja perusahaan telah dilaporkan untuk **sebagian besar** pelanggan utama, pasar, dan persyaratan proses. (I)
- Hasil-hasil kinerja perusahaan telah dilaporkan untuk **sebagian besar** pelanggan utama, pasar, dan persyaratan proses serta **program kerja**. (I)
- Hasil-hasil kinerja perusahaan dan proyeksinya telah dipaparkan untuk **hampir seluruh** pelanggan utama, pasar, dan persyaratan proses serta program kerja. (I)

7. Hasil-hasil Usaha (450 poin)

Kategori Hasil menanyakan tentang **kinerja dan peningkatan organisasi Anda di semua bidang utama** - hasil produk dan proses, hasil yang berfokus pada pelanggan, hasil yang berfokus pada tenaga kerja, hasil kepemimpinan dan tata kelola, dan hasil keuangan dan pasar. Kategori tersebut menanyakan tentang **tingkat kinerja dibandingkan pesaing dan organisasi lain** yang memiliki penawaran produk serupa.



7.1 Hasil/Kinerja PRODUK dan PROSES

a. Hasil/Kinerja Produk dan Proses
berkaitan dengan Pelanggan

(1) Efektivitas Proses Kerja

b. Hasil/Kinerja Efektivitas Proses Kerja

(2) Keamanan & Kesiapan menghadapi
keadaan darurat

c. Hasil/Kinerja Pengelolaan Rantai Pasokan

(1) Kepuasan Pelanggan

(2) Keterikatan Pelanggan

7.2 Hasil/Kinerja PELANGGAN

a. Hasil/Kinerja Fokus Pelanggan

(1) Kapabilitas dan Kapasitas Tenaga Kerja

(2) Iklim Kerja

(3) Keterikatan Tenaga Kerja

7.3 Hasil/Kinerja TENAGA KERJA

a. Hasil/Kinerja Fokus Tenaga Kerja

(4) Pengembangan Tenaga Kerja

(1) Kepemimpinan

(2) Tata Kelola

7.4 Hasil/Kinerja KEPEMIMPINAN dan TATA KELOLA

a. Hasil/Kinerja Kepemimpinan dan Tata Kelola

(3) Hukum dan Regulasi

(4) Etika

(5) Masyarakat

b. Hasil/Kinerja Implementasi Strategi

7.5 Hasil/Kinerja FINANSIAL dan PASAR

a. Hasil/Kinerja Finansial dan Pasar

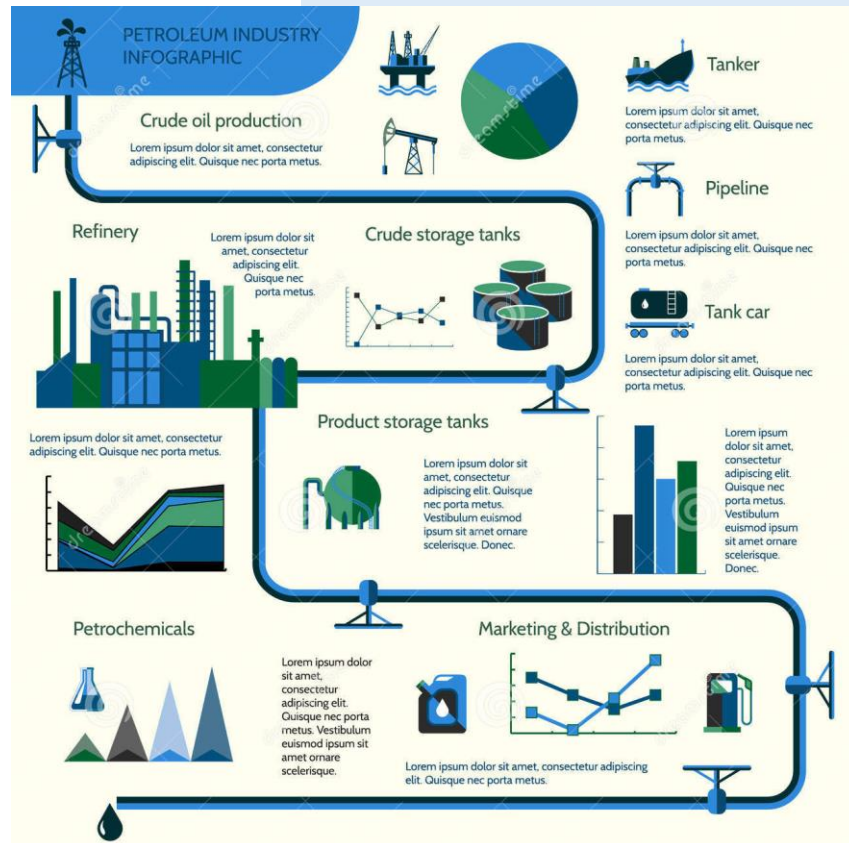
(1) Kinerja Finansial

(2) Kinerja Pasar

7. Hasil-hasil Usaha

7.1 Hasil/Kinerja PRODUK dan PROSES (120 poin)

- Hasil-hasil kinerja produk dan proses-proses yang secara langsung melayani pelanggan;
- Efektifitas serta efisiensi proses utama perusahaan;
- Efektifitas strategi, dan operasi. ditampilkan berdasarkan produk yang ditawarkan, berdasarkan kelompok pelanggan dan segmen pasar, dan berdasarkan jenis proses dan lokasi
- Data pembandingan yang sesuai





7.1 Hasil Produk dan Proses: (120/110 points)

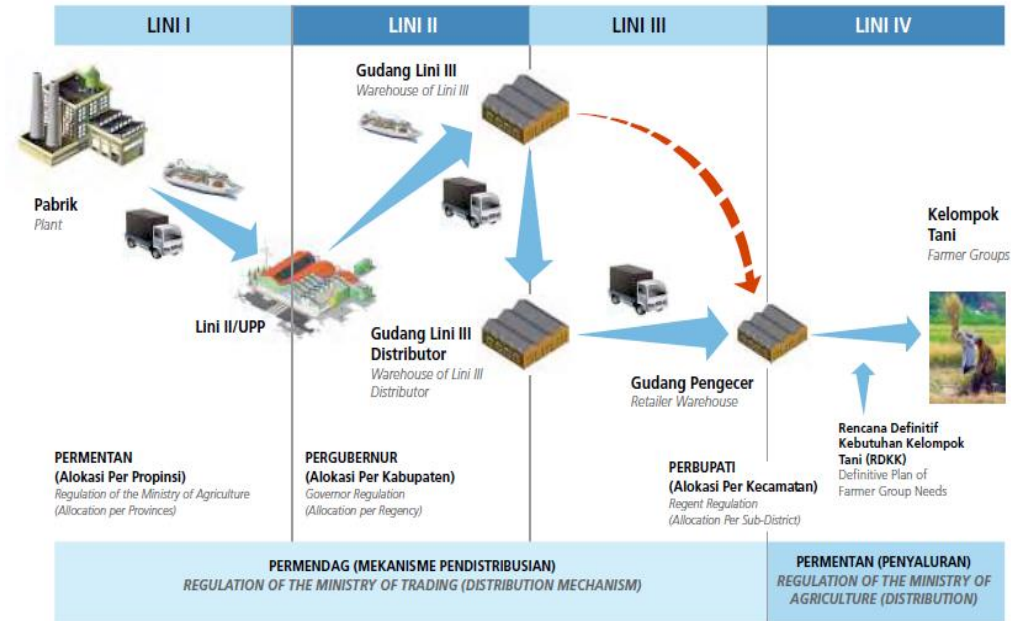
a. Hasil Produk yang Fokus pada Pelanggan dan Layanan : Apa Hasil produk & Proses layanan pelanggan anda?

- kinerja produk dan layanan yang penting bagi pelanggan dan secara langsung melayani pelanggan
- Hasil tersebut dibedakan antara layanan produk, grup PELANGGAN, dan segmen pasar, sesuai kebutuhan

b. Hasil Efektivitas proses Kerja

1. Efektivitas dan Efisiensi Proses.

- UKURAN atau INDIKATOR UTAMA dari Kinerja operasional PROSES KERJA UTAMA dan PROSES PENDUKUNG
 - PRODUKTIVITAS, SIKLUS WAKTU, dan UKURAN-UKURAN lainnya yang berkaitan dengan EFEKTIVITAS Proses, efisiensi dan INOVASI
 - dibedakan menurut jenis PROSES, sesuai kebutuhan
2. Kesiapan dalam keadaan Darurat.
- Seperti apa hasil Kesiapan dalam Keadaan Darurat Anda
 - dibedakan menurut lokasi atau jenis PROSES



c. Hasil Supply Chain Management

- hasil manajemen rantai pasokan
- ukuran atau indikator kinerja utama dari rantai supply

7.1a. Hasil/kinerja produk dan layanan pelanggan adalah kinerja proses yang berkaitan dengan persyaratan utama dan harapan pelanggan yang teridentifikasi pada Profil Perusahaan (P.1b(2)), yang didasarkan dari informasi yang dikumpulkan melalui proses yang diuraikan pada Kategori 3.

Hasil pengukuran atau indikator kinerja harus berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi pelanggan yang teridentifikasi pada catatan Profil Perusahaan (P.1b (2)) dan 3.2a.

7.1b Hasil/kinerja Efektivitas proses kerja harus berkaitan dengan persyaratan operasional yang teridentifikasi pada Profil Perusahaan dan kategori 6.

7.1.b Hasil/kinerja Efektivitas proses kerja berkaitan dengan hasil pengukuran dan indikator kinerja Efektivitas proses kerja, seperti tingkat cacat, harga dan kinerja produk, layanan dan inovasi sistem kerja, hasil-hasil terkait penyederhanaan pekerjaan dan klasifikasi pekerjaan, penurunan indeks limbah/polusi, penataan ulang pekerjaan, perubahan rasio pengawasan, *Occupational Safety and Health* (OSHA), pelaporan insiden, waktu respon latihan tanggap darurat dan hasil-hasil terkait latihan relokasi atau kontingensi pekerjaan.

7.1c Hasil/Kinerja Pengelolaan Rantai Pasokan kemungkinannya berupa kualitatif dan tidak selalu tepat bila disajikan dalam bentuk tren dari waktu ke waktu. Contoh kinerja pemasok misalnya : jam pelatihan untuk produk baru atau proses baru, kegiatan berbagi pengetahuan (*knowledge sharing*), lama waktu audit yang bervariasi berdasarkan pengalaman pemasok atau kompleksitas pekerjaan yang spesifikasi, atau join/kerjasama dalam pekerjaan dan kerjasama pengembangan produk.

Namun untuk kinerja tertentu yang tepat, perusahaan harus menyampaikan tingkat pencapaian dan *trend*-nya untuk indikator-indikator kinerja yang dapat dihitung (numerik) dan diukur bisa di *trend*-kan. Contoh kinerja pemasok yang bisa disamapaikan pada bagaian ini seperti : tingkat kecacatan, pengiriman tepat waktu, atau *just in time delivery*.

7.1c. Ukuran dan indikator kinerja rantai pasokan yang tepat termasuk hasil audit pemasok dan mitra, *just-in-time* pengiriman dan hasil penerimaan untuk produk, layanan dan proses yang disediakan oleh eksternal.

Ukuran dan indikator yang berkontribusi untuk meningkatkan kinerja, termasuk perbaikan kinerja sub *assembly* dan kinerja layanan pemasok di ujung yang berhadapan dengan pelanggan

7. Hasil-hasil Usaha

7.2 Hasil/Kinerja PELANGGAN (80 poin)



- Hasil-hasil penting dari fokus terhadap pelanggan yang meliputi; **kepuasan, ketidakpuasan, dan keterikatan pelanggan.**
- **Segmentasi** hasil-hasil berdasarkan produk yang ditawarkan, kelompok pelanggan, dan segmen pasarnya.
- **Data pembandingan yang sesuai.**

7.2 Hasil/kinerja kepuasan, ketidakpuasan, keterikatan, serta membangun hubungan pelanggan harus disampaikan sesuai kelompok pelanggan dan segmentasi pasar yang teridentifikasi pada Profil Perusahaan (P.1b(2)) dan kategori (3), juga mengacu pada metode dan data yang diperoleh dari hasil mendengarkan suara pelanggan yang disampaikan pada sub kategori (3.1).

7.2.a(1) Hasil/kinerja kepuasan pelanggan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan terhadap produk sebaiknya dibandingkan dengan pesaing atau perusahaan lain yang sesuai.

Ukuran dan indikator kinerjanya kemungkinan berasal dari pengukuran data/informasi pelanggan kita, pelanggan pesaing, perusahaan lain atau dari lembaga independen (lembaga peneliti, lembaga pemeringkat/*survei* yang independen, dll



7.2. Hasil-hasil Fokus pada Pelanggan (85 points)

Sajikan data dan informasi

a. Hasil Fokus Pelanggan

(1) Kepuasan Pelanggan.

- Kepuasan dan ketidakpuasan PELANGGAN
- Bagaimana hasil-hasil tersebut dibedakan menurut produk yang ditawarkan, kelompok pelanggan, segmen pasar, sesuai kebutuhan

(2) Keterikatan (engagement)

- Keterikatan Pelanggan anda?
- Termasuk yang berkaitan dengan pembangunan hubungan dengan pelanggan
- BAGAIMANA hasil-hasil ini dibandingkan selama masa siklus hidup (life cycle) pelanggan



7. Hasil-hasil Usaha

7.3 Hasil/Kinerja TENAGA KERJA (80 poin)



- Hasil-hasil utama fokus pada tenaga kerja yang meliputi **kapabilitas dan kapasitas tenaga kerja, iklim tenaga kerja dan keterikatan tenaga kerja, pengembangan tenaga kerja.**
- Segmentasi hasil-hasil sesuai dengan keberagaman tenaga kerja dan kelompok serta segmen tenaga kerja.
- Data pembandingan yang sesuai



2017

7.3. Hasil/kinerja fokus tenaga kerja harus berhubungan dengan proses pada kategori 5. Kinerja yang disampaikan juga merespon pada proses kerja utama yang disampaikan pada kategori 6, program kerja dan perencanaan tenaga kerja yang disampaikan pada sub kategori 2.2.

7.3 Untuk perusahaan yang menggunakan relawan maka harus melaporkan kinerja para relawannya, jika dimungkinkan.

7.3a(3) Keterikatan tenaga kerja (*workforce engagement*) harus mencakup ukuran dan indikator kinerja yang telah diidentifikasi pada sub kategori 5.2.a(3)

7.3. Hasil-hasil Fokus TENAGA KERJA (85 points)



The changing nature of work

Which of the following statements about employment are true at your company? Select all that apply.



Impact of changing nature of work

What impact is the changing nature of employment having on your company?



a. Hasil-Hasil TENAGA KERJA

1) Kapasitas dan kapabilitas TENAGA KERJA.

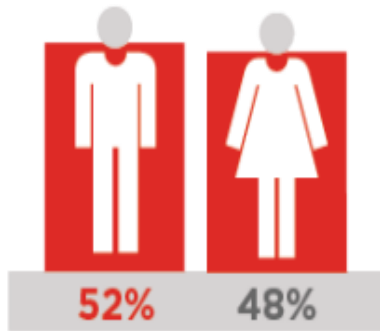
- Kapabilitas dan kapasitas
- Tingkat pengawakan
- Keterampilan
- Hasil-hasil tersebut dibedakan dari KEBERAGAMAN tenaga kerja, kelompok dan segmen tenaga kerja, (sesuai kebutuhan)

2) Iklim TENAGA KERJA.

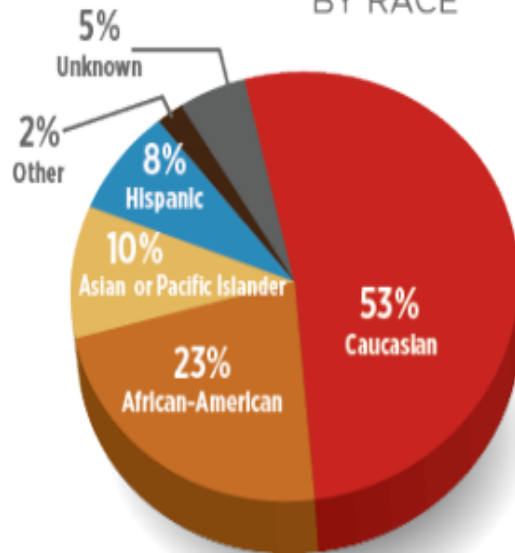
- iklim tenaga kerja
- layanan dan manfaat yang diberikan untuk TENAGA KERJA
- dibedakan dari KEBERAGAMAN tenaga kerja, kelompok dan segmen tenaga kerja, (sesuai kebutuhan)

7.3. Hasil-hasil Fokus TENAGA KERJA (85 points)

BY GENDER



BY RACE



- 1) Kerekatan TENAGA KERJA.
 - indikator utama kerekatan TENAGA KERJA dan kepuasan TENAGA KERJA
 - dibedakan dari KEBERAGAMAN tenaga kerja, kelompok dan segmen tenaga kerja, sesuai kebutuhan
- 2) Pengembangan TENAGA KERJA.
 - pengembangan pemimpin dan tenaga kerja
 - hasil-hasil tersebut dibedakan dari KEBERAGAMAN tenaga kerja, kelompok dan segmen tenaga kerja, sesuai kebutuhan

7. Hasil-hasil Usaha



7.4 Hasil/Kinerja KEPEMIMPINAN dan TATAKELOLA (80 poin)

- Hasil-hasil utama dari kepemimpinan senior dan **tata kelola perusahaan, termasuk akuntabilitas fiskal, kepatuhan hukum, perilaku etis, tanggungjawab sosial**, dan dukungan kepada komunitas utama.
- **Segmentasi** hasil-hasil tersebut berdasarkan unit organisasi
- **Data pembandingan yang sesuai.**

Sebagian besar **hasil/kinerja kepemimpinan dan tata kelola [7.4] tidak ditanyakan/diminta untuk menunjukkan level pencapaian dan trend-nya.**

Alasannya adalah beberapa hasil/kinerja yang signifikan secara *nature* adalah berupa nilai kualitatif atau tidak tepat ketika dikaitkan dengan *trend-nya* dari waktu ke waktu. Contoh : hasil/kinerja yang berkaitan dengan **akuntabilitas *intelligent risk* dan GCG**. Terkait kinerja kualitatif, maka penjelasan kerjanya akan lebih bermakna dibandingkan dengan level pencapaiannya saat ini dan *trend-nya*.

Namun untuk **kinerja tertentu yang tepat**, perusahaan harus menyampaikan tingkat pencapaian dan *trend-nya* untuk indikator-indikator kinerja yang dapat dihitung (numerik) dan diukur bisa di *trend*-kan. Contoh, misalnya jumlah hasil audit wajar tanpa pengecualian atau temuan audit, temuan audit OSHA atau audit lainnya, atau *hotline* pelanggan etika,dll, jika sesuai.

7.4.a(1). Hasil/kinerja yang disampaikan termasuk berkaitan dengan **proses-proses komunikasi** yang diidentifikasi pada sub kategori (1.1).

7.4a(2). Hasil/kinerja yang disampaikan termasuk isu-isu permasalahan pengungkapan pelaporan keuangan dan pengungkapan risiko, rekomendasi auditor internal dan eksternal dan respon perusahaan terhadap masalah tersebut, juga pelaporan-pelaporan lainnya yang diwajibkan kepada perusahaan.

7.4a(3). Hasil/kinerja yang terkait adalah berkaitan dengan yang di respon perusahaan pada 1.2b (termasuk hasil audit pelaporan keuangan).

Kinerja kesehatan dan keselamatan kerja, contohnya adalah pelaporan kejadian/insiden, kinerja SMK3/Health Administration [OSHA] harus disampaikan pada sub kategori 7.1b(2) dan 7.3a(2).

7.1.a(4). Contoh ukuran atau indikator kinerja perilaku etis dan kepercayaan pemangku kepentingan dapat dilihat pada penjelasan catatan 1.2b(2).

7.4a(5). Hasil/kinerja yang disampaikan adalah berkaitan dengan tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat (CSR) yang disampaikan pada sub kategori 1.2b(1), 1.2c(1) dan dukungan perusahaan kepada komunitas utama yang disampaikan pada sub kategori 1.2c(2).

Ukuran kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat dapat meliputi pengurangan konsumsi energi, penggunaan sumber daya energi terbarukan, air daur ulang dan alternatif konservasi sumber daya (contoh peningkatan penggunaan audio dan video *conference*) dan praktik global perburuhan yang lebih baik.

7.4b. Hasil/kinerja yang disampaikan adalah ukuran atau indikator yang menunjukkan pencapaian strategi dan program kerja yang berkaitan dengan setiap sasaran strategis dan masing-masing ukuran kinerja dari program kerja dan proyeksi kinerja yang disampaikan pada 2.2a (5) dan 2.2a(6).

7.4 Hasil-Kepemimpinan dan Tata kelola (80 points)

a. Hasil-hasil Kepemimpinan, Tata Kelola dan Tanggungjawab Sosial

1) Kepemimpinan.

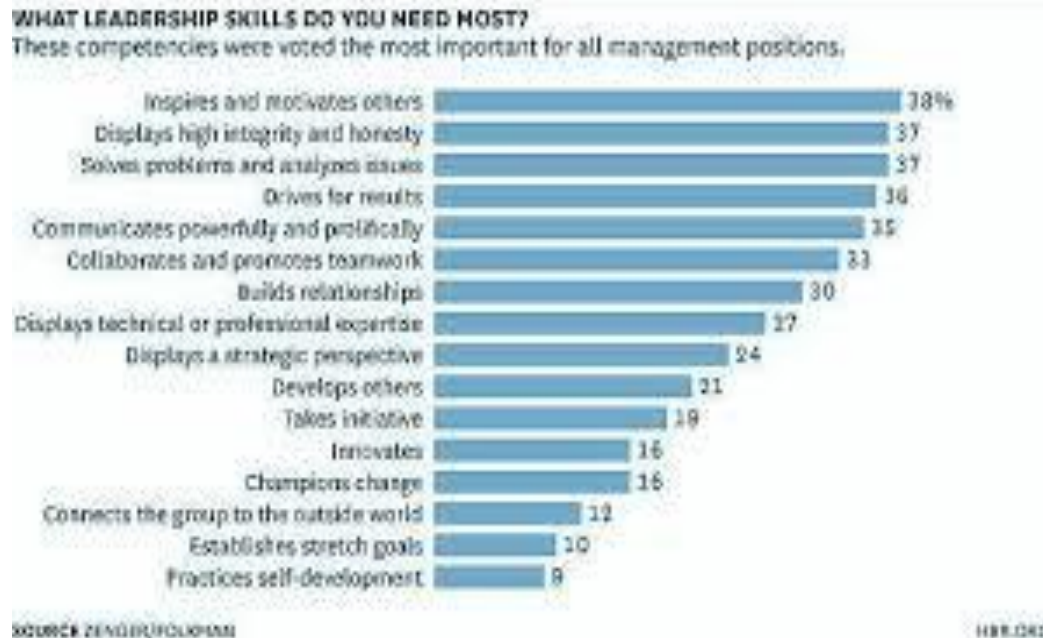
- ukuran atau indikator utama komunikasi dan kerekatan Pemimpin Senior dengan Tenaga Kerja dan pelanggan untuk menjabarkan visi dan tata nilai anda, mendorong komunikasi dua arah, dan menciptakan fokus pada tindakan?
- Hasil-hasil tersebut dibedakan dari unit organisasional dan kelompok pelanggan, sesuai kebutuhan

2) Tata Kelola.

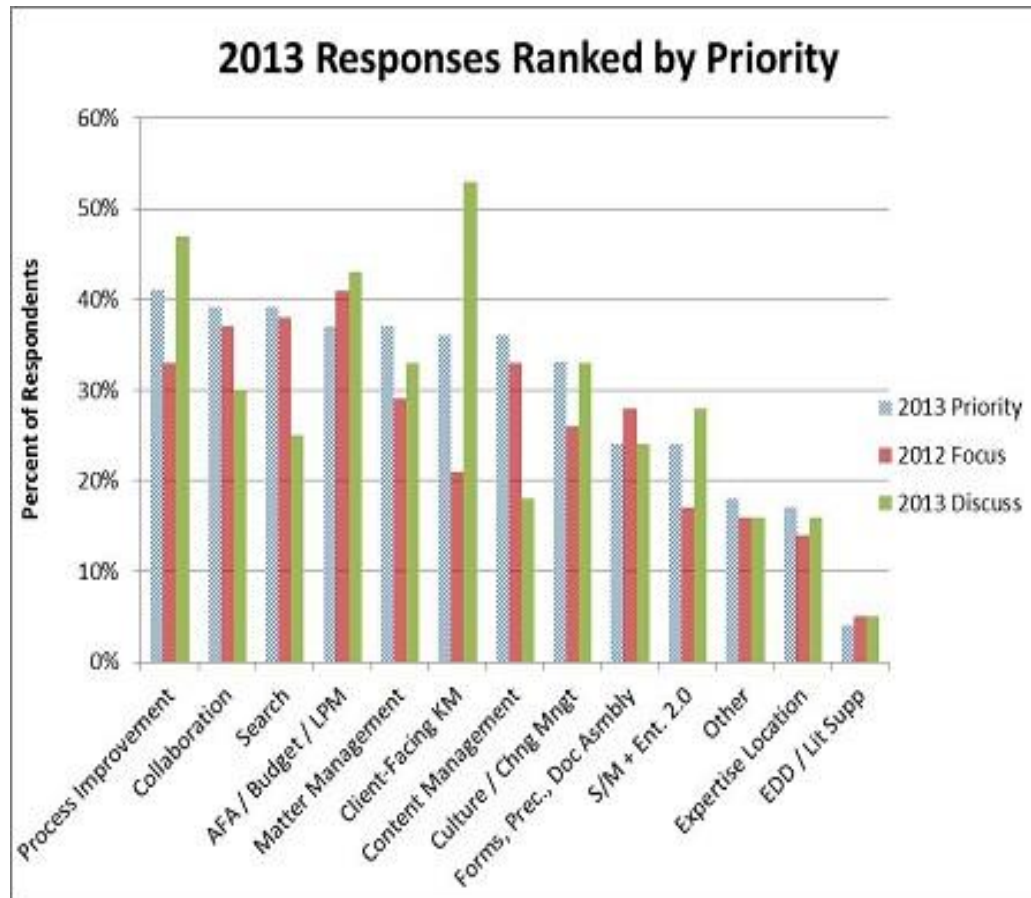
- indikator utama Tata Kelola/ governance dan akuntabilitas fiskal, baik internal maupun eksternal?

3) Hukum dan Regulasi.

- ukuran atau indikator utama pemenuhan/ kepatuhan dan Pelampauan/surpassing persyaratan hukum dan regulasi
- dibedakan dari unit organisasional sesuai kebutuhan



7.4 Hasil-Kepemimpinan dan Tata kelola (80 points)



1) Etika.

- ukuran atau indikator utama perilaku etis, pelanggaran terhadap perilaku etis, dan kepercayaan stakeholder terhadap pimpinan senior dan tata kelola
- dibedakan dari unit organisasional sesuai kebutuhan

2) Kemasyarakatan.

- ukuran atau indikator utama atas pemenuhan tanggungjawab sosial
- dan dukungan organisasi terhadap komunitas utama anda?

b. Hasil-hasil Implementasi Strategi

- pencapaian strategi dan RENCANA KERJA organisasional
- pembangunan dan penguatan Kompetensi Inti
- pengambilan risiko secara cerdas

7. Hasil-hasil Usaha

7.5 Hasil/Kinerja Finansial dan Pasar (90 poin)



- Hasil-hasil kinerja finansial dan pasar utama berdasarkan segmen pasar atau kelompok pelanggan, meliputi a.l. Keuntungan keuangan, viabilitas keungan, pangsa pasar, pertumbuhan pasar dan pertumbuhan pangsa pasar, pasar baru yang dimasuki.
- Data pembandingan yang sesuai.

7.5a(1) Hasil/kinerja yang disampaikan terkait dengan ukuran kinerja keuangan yang disampaikan pada 4.1a(1) dan pendekatan keuangan yang digunakan pada sub kategori 2.2.

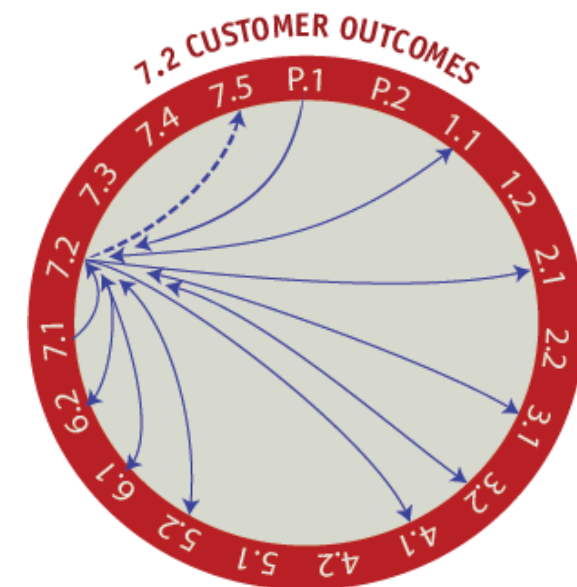
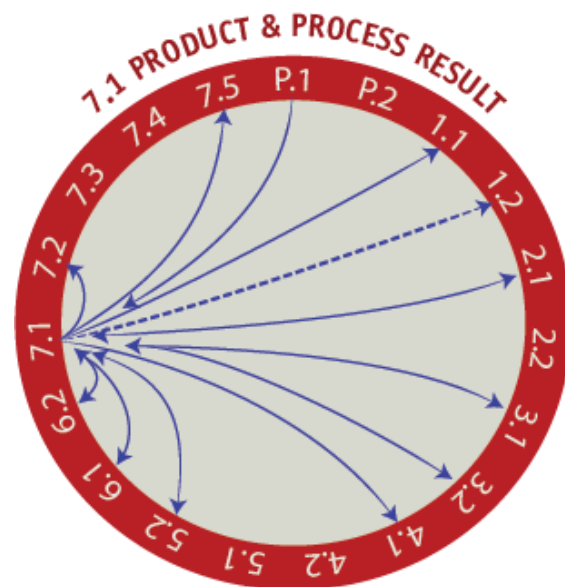
Ukuran kinerja keuangan termasuk seperti *return on investment* (ROI), margin operasi, profitabilitas berdasarkan segmen pasar atau kelompok pelanggan.

Ukuran kinerja kelayakan keuangan, termasuk seperti likuiditas, rasio *debt-to-equity*, *day cash on hand*, pemanfaatan aset dan *cash flow*.

Untuk perusahaan pada tugas yang lebih besar sebagai PSO (mewakili fungsi pemerintah), maka kinerja keuangan yang terkait, misalnya kinerja anggaran, termasuk penambahan atau pengurangan dana cadangan, penghindaran biaya atau tabungan, respon atas anggaran yang menurun; menurunkan biaya kepada pelanggan atau pengembalian dana sebagai akibat dari peningkatan efisiensi, pengeluaran administrasi sebagai persentase dari anggaran, dan biaya penggalangan dana terhadap dana yang dihimpun, dll jika sesuai.

7.5.a(2) Untuk perusahaan pada tugas yang lebih besar sebagai PSO (mewakili fungsi pemerintah), maka kinerja keuangan termasuk langkah-langkah yang dilakukan perusahaan dari penerimaan hibah dan jumlah program atau layanan baru yang ditawarkan

Integrasi Kategori Hasil





THANK
YOU
AND
SEE YOU
again