

## Evaluasi Proses Bisnis Bagian Pemasaran dengan Metode *Business Process Improvement* (BPI) (Studi pada PT. Kencana Tiara Gemilang)

Dwi Ari Ambarsari Pratiwi<sup>1</sup>, Yusi Tyroni Mursityo<sup>2</sup>, Buce Trias Hanggara<sup>3</sup>

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Brawijaya  
Email: <sup>1</sup>dwiariambarsari@student.ub.ac.id, <sup>2</sup>yusi tyro@ub.ac.id, <sup>3</sup>buce trias@ub.ac.id

### Abstrak

PT. Kencana Tiara Gemilang adalah sebuah perusahaan manufaktur lembaran plastik yang berdiri sejak awal tahun 2014. Dikelola oleh tenaga profesional yang mempunyai pengalaman puluhan tahun di bidang plastik. Penulis menemukan bahwa ada beberapa proses yang tidak dilakukan sesuai dengan semestinya sehingga proses bisnis menjadi terhambat atau kurang efektif. Indikasi tersebut terdapat pada proses bisnis pemasaran yaitu adanya aktivitas yang masih manual sehingga akan dilakukan perbaikan dan terdapat aktivitas yang tidak diperlukan. Penelitian ini menggunakan diagram *Business Process Model Natation* (BPMN). Dari sini kemudian proses bisnis dianalisis menggunakan metode *Failure Mode and Effect Analysis* (FMEA) dan untuk melakukan perbaikan proses bisnis menggunakan *Business Process Improvement* (BPI). Kemudian hasil dari proses bisnis saat ini (as-is) dan hasil proses bisnis rekomendasi (to-be) ditemukan pada proses bisnis pemasaran selisi rata-rata waktu antara proses bisnis saat ini dan rekomendasi adalah 37,25%, 49,18% pada sub proses bisnis strategi plan dan 74,27% pada sub proses bisnis marketing plan.

**Kata kunci:** *Business Process Improvement*, BPI, Proses Bisnis, analisis Proses Bisnis, *Failure Mode and Effect Analysis*, FMEA

### Abstract

PT. Kencana Tiara Gemilang is a plastic sheet manufacturing company that was founded in early 2014. Managed by professionals who have decades of experience in the plastics field. The author finds that there are several processes that are not carried out properly so that business processes become hampered or less effective. These indications are found in the marketing business process, namely the existence of activities that are still manual so that improvements will be made and there are activities that are not needed. This study uses the *Business Process Model Natation* (BPMN) diagram. From here, business processes are analyzed using the *Failure Mode and Effect Analysis* (FMEA) method and to make business process improvements using *Business Process Improvement* (BPI). Then the results of the current business process and the results of the recommendation business process are found in the marketing business process the average difference between the current business process and the recommendation is 37.25%, 49.18% in the business strategy plan sub-process and 74.27% on the sub business process marketing plan.

**Keywords:** *business process*, *Business Process Model and Notation* (BPMN), *Failure Mode and Effect Analysis* (FMEA), *Business Process Improvement* (BPI), *business processes simulation*.

### 1. PENDAHULUAN

Kumpulan proses yang berisi beragam aktifitas atau task merupakan suatu proses bisnis yang saling berkaitan dengan yang lainnya guna menghasilkan trobosan yang berujuan untuk mengacu sasaran yang strategis pada sebuah organisasi. Pentingnya proses perbisnisan guna perusahaan yakni dapat memberikan dampak positif, antara lain efesiensi biaya, sumber daya

dan waktu, hingga peningkatan kualitas kerja, produktivitas, dan kepuasan pelanggan. Hal itu juga berlaku pada PT. Kencana Tiara Gemilang

Sejak awal tahun 2014, terdapat sebuah perusahaan manufaktur lembaran plastik yang dipegang an oleh tim profesional yang berpengalaman bertahun-tahun dibidang plastik yang didalamnya terdapat divisi marketing dari hasil wawancara dengan pihak PT. Kencana

Tiara Gemilang menginginkan adanya perbaikan maupun peningkatan dalam proses bisnis tersebut agar dapat mencapai tujuan perusahaan, walaupun pada nyatanya didapatkan beberapa permasalahan seperti pelaksana digital marketing yang belum optimal dan kurangnya kepercayaan kustomer terhadap produk PT. Kencana Tiara Gemilang.

Namun dibalik berjalannya proses bisnis PT. Kencana Tiara Gemilang terdapat permasalahan di marketing strategi yakni pemasaran produk PT. Kencana Tiara Gemilang belum optimal yang berdampak pada penjualan yang tidak sebanding dengan pemasaran yang sudah dilakukan dikarenakan pemasaran yang dilakukan kurang tepat sasaran. Dilihat dari jangkauan media sosial yang dimiliki PT. Kencana Tiara Gemilang yang menunjukkan grafik pengunjung yang tinggi namun penjualan belum mencapai target.

Terdapat beberapa metode untuk melaksanakan proses perbaikan bisnis, yaitu metode *Business Process Improvement* (BPI) yang dimaksudkan sebagai membantu kegiatan proses tersebut. BPI yang memiliki kerangka sistematis sebagai dasar yang dibuat guna membantu perusahaan untuk membuat lonjakan baru yang signifikan dalam pelaksanaan proses bisnis tersebut. Meminimalisasi proses bisnis yang dibantu dengan 12 *tools streamlining* merupakan salah satu keunggulan dari BPI. Selain itu hasil proses bisnis dari BPI juga akan menjadi lebih baik karena BPI sudah familiar yang biasa dipakai guna menyusun perbaikan dari kelancaran proses suatu organisasi (2015).

Simulasi proses bisnis dapat menjadi salah satu cara menahan kekurangan, dan kelebihan dari pemanfaatan SDM maupun biaya, mencegah hambatan tak terduga dan mengoptimalkan kinerja sistem merupakan suatu metode pengukur kerja model proses perbisnisan yang digunakan sebagai kebaikan perusahaan (Bizagi, 2017).

Berdasarkan dengan fakta serta problematika di atas, penelitian dilaksanakan terhadap perbaikan proses bisnis menggunakan metode *Business Process Improvement* (BPI) sehingga dengan demikian didapatkan judul objek meneliti yakni “Evaluasi Proses Bisnis Bagian pemasaran Dengan Metode *Business Process Improvement* (BPI) Studi Pada PT. Kencana Tiara Gemilang”. Hasil dari penelitian ini adalah sebuah evaluasi proses bisnis dari perusahaan PT Kencana Tiara Gemilang yang

memakai metode *Business Process Improvement* (BPI)

## 2. LANDASAN KEPUSTAKAAN

### 2.1 *Failure Mode and Effect Analysis*

Metode sistematis yang digunakan guna keperluan pengidentifikasian dan pencegahan permasalahan yang terdapat di suatu produk dan proses merupakan arti dari *FMEA*. Pencegahan masalah, meningkatkan kepuasan customer serta meningkatkan keselamatan produk merupakan titik fokus *FMEA* (McDermott, 2009). Membantu dalam menilai probabilitas kegagalan yang dapat terjadi serta menilai seberapa besar dampak dari kegagalan dan mengungkapkan kemungkinan penyebab terjadinya hal tersebut juga memahami cara untuk mencegah merupakan kegunaan dari *FMEA* (Kritzinger, Duane 2017). Pada dasarnya, *FMEA* dapat digunakan dengan tahap perangkain produk yang biasanya terdapat dalam proses pengembangan.

Dokumen atau record yang digunakan untuk mengidentifikasi suatu hal yang juga berpotensi memuat adanya kesalahan berupa kecacatan atau ketidaksesuaian spesifikasi dalam proses produksi merupakan kegunaan dari *failure mode and effect analysis* guna mengawasi suatu produk.

*Failure mode and effect analysis (FMEA)* merupakan suatu metode analisis resiko paling efisien dan sudah banyak diadopsi oleh berbagai bidang guna meningkatkan keamanan dan keandalan sistem menurut Penelitian yang dilakukan Wang et al (2018). Pendekatan *FMEA* yang terpenting adalah evaluasi resiko dan penentuan prioritas dalam mode kegagalan.

*FMEA* memiliki 10 tahapan yang diuraikan menjadi suatu proses yang sedang terjadi. Menilai mengenai keseriusan yang diakibatkan (*Severity*), menilai deteksi terjadinya masalah (*Detection*), menilai frekuensi suatu masalah (*Occurrence*), menghitung *Risk Priority Number (RPN)* bersarkan banyaknya kekeliruan yang ada, memprioritaskan kesalahan berdasarkan *RPN* dan memperbaiki kesalahan, menguraikan setiap suatu proses yang sedang terjadi, menguraikan efek dari potensi kesalahan yang mungkin akan atau sedang terjadi, dan yang terakhir yaitu menghitung *RPN* setelah perbaikan merupakan 10 tahapan menurut McDermot (2009), 10 tahapan ini akan digambarkan pada gambar dibawah 2.15.

Dalam table tersebut perlu diperhatikan bahwa total *failure mode* tidak dari jumlah total kejadian akan tetapi jumlah total akan *failure mode* pada tabel FMEA tersebut. Jumlah kejadian ada dalam tabbel tersebut dikarenakan untuk mempermudah proses penilaian *Occurrence*, dimana perhitungannya dengan menghitung jumlah *failure* per sekian ratus kejadian. Pemisahan turbin A dengan turbin B pada tabel FMEA meskipun memiliki jenis turbin sama dikarenakan hal ini akan menghasilkan karakteristik yang berbeda.

**2.2 Business Process Improvement (BPI)**

Kerangka sistemati disusun guna mempermudah suatu organisasi membuat lonjakan yang signifikan dalam proses bisnisnya merupakan definisi dari BPI. (Harrington, 1991).

Menurut (Harrington, 1991) perlu dilakukannya BPI karena hal berikut:

1. Adanya complain pelanggan eksternal
2. Adanya compain biaya tinggi
3. Tingginya biaya pada proses
4. Siklus proses butuh waktu lama
5. Guna pelaksanann proses yang lebih baik
6. Terdapat teknologi baru untuk pelaksanaan suatu proses
7. Arahan manajemen berdasarkan dari minat manajer sendiri untuk memakai metode tersebut

**2.3 Business Process Modeling and Notation**

Selain itu, BPMN juga berkaitan dengan memberi pandangan untuk menuntaskan proses interaksi proses bisnis serta memodelkan proses bisnis (White, 2012). Yunitarini dan Hastarita (2016) menuturkan bahwa BPMN memberikan fasilitas bahasa umum guna membuat keseluruhan pihak memiliki keterlibatan guna komunikasicara terstruktur, efisien serta lengkap. BPMN juga mendefinisika notasi (BPD) melalui metode tersebut.

**3. METODOLOGI PENELITIAN**



Gambar 1. Metodologi Penelitian

Metodelogi penelitian dapat ditarik dari dua sudut pandang. Pertama, yakni pandangan umum, hal ini merupakan langkah sistematis guna penyelesaian permasalahan dalam sebuah penelitian. Atau bisa disebut dengan kumpulan metode yang detail untuk menyelesaikan masalah. Kedua, metodologi penelitian ditarik pengertian yakni ilmu guna mempelajari sistematisa penelitian yang dilakukan. Dalam hal ini kita diajarkan beragam cara yang pada umumnya dipakai oleh para peneliti. Diperlukan penjelasan mengenai metode atau teknik yang digunakan.

Sumber literatur berasal dari artikel online, jurnal, dan juga hasil penelitian terdahulu Tujuan dari studi literatur yakni guna mempelajari struktur penelitian hingga mengkaji sumber yang berkaitan dengan penelitian ini.

Tujuan dari pengumpulan data untuk mendapatkan data yang dibutuhkan sebagai bahan penelitian yang kemudian akan dianalisis.

Penulis membagi teknik pengumpulan data menjadi dua jenis, yaitu:

1. Wawancara, melakukan tanya jawab kepada responden secara langsung. Petanyaan yang diajukan dalam wawancara yaitu mengenai alur dari setiap proses, *stakeholder* yang terlibat dalam proses bisnis, dokumen yang diperlukan Narasumber pada wawancara yang dilakukan yaitu Rianawati Soesilo selaku *Accounting Executive* di PT. Kencana Tiara Gemilang.
2. Observasi, ini dilakukan dengan melakukan pengamatan dan pengumpulan informasi lebih detail mengenai proses bisnis objek yang diobservasi adalah hasil wawancara

yang perlu dilakukan penggalan informasi lebih dalam mengenai PT. Kencana Tiara Gemilang.

**4. HASIL PENELITIAN**

**4.1 Evaluasi Proses Bisnis**

Analisis dilakukan berdasarkan aktivitas aktor yang dijalankan dalam proses bisnis PT. Kencana Tiara Gemilang. Pada tabel terdapat penjelasan sebagai berikut: pihak yang melakukan aktifitas proses bisnis, aktifitas yang dilakuakn oleh aktor, kemungkinan adanya kesalahan yang dilakukan oleh aktor ketika menjalankan suatu aktifitas , adanya efek apa saja yang disebabkan oleh seorang aktor tersebut, penyebabPkesalahan yang dilakukan oleh seorang aktor.

Hasil analisis menggunakan *Failure Mode and Effect Analysis* (FMEA) pada tabel diperoleh hasil *Risk Priority Number* (RPN) atau peringkat dari potensi masalah dalam proses bisnis pemasaran. Potensi permasalahan yang ada pada proses bisnis pemasaran PT. KTG adalah aktivitas mengirim *brief* yang dilakukan oleh aktor staf bagian pemasaran komunikasi adanya kesalah pahaman dengan bahan konten yang dikirim yang disebakan oleh perbedaan pendapat untuk pemahaman konten dan publish tertunda melewati batas tempo penyebabnya karena *outsourcing* tidak teliti dalam pengerjaan konten.

Hasil analisis menggunakan *Failure Mode and Effect Abalysis* (FMEA) pada tabel diperoleh hasil *Risk Priority Number* (RPN) atau peringkat dari potensi masalah dalam sub proses bisnis strategi *plan*. Potensi permasalahan yang ada pada sub proses bisnis strategi *plan* adalah melebihi waktu tempo pengerjaan strategi *plan* penyebab kesalahannya yaitu staf bagian pemasaran komunikasi yang lambat dalam pengerjaan.

Hasil analisis menggunakan *Failure Mode and Effect Abalysis* (FMEA) pada tabel diperoleh hasil *Risk Priority Number* (RPN) atau Peringkat dari potensi masalah dalam sub proses bisnis strategi *plan*. Potensi permasalahan yang ada pada sub proses bisnis *marketing plan* adalah melebihi batas tempo pengerjaan *marketing plan* penyebab kesalahannya yaitu staf bagian pemasaran komunikasi yang lambat dalam pengerjaan.

Tabel 1. Dua puluh buah Rank RPN tertinggi dari

Potensi Masalah	RPN
Staf bagian pemasaran komunikasi mengirim brief kepada outsourcing	1
Staf bagian pemasaran komunikasi menerima laporan konten publish dari outsourcing	2
Strategi pemasaran terbentuk	5
Strategi plan selesai	5
Marketing plan selesai	5
Mengecek marketing plan	8
Via media sosial	8
Revisi marketing plan	10
Membuat strategi plan	10
Membuat marketing plan	10

Tabel 1. Dua puluh buah Rank RPN tertinggi dari satu buahbuah proses bisnis dan 2 subproses bisnis (Lanjutan)

Potensi Masalah	RPN
Membuat marketing plan via website	13
Staf geosynthetic mempersiapkan bahan konten	14
Staf agriculture mempersiapkan bahan konten	14
Staf bagian inovasi mempersiapkan bahan koten	14
Membuat marketing plan via event	19
Membuat strategi plan via website	20
Membuat strategi plan via event	20
Menyetujui marketing plan	23
Membuat strategi plan via media sosial	24
Acc marketing	25

**4.2 Rekomendasi Proses Bisnis**

Rancangan perbaikan proses bisnis pemasaran, sub proses bisnis strategi *plan* dan sub proses bisnis *marketing plan*. Tabel mencakup aktivitas proses bisnis awal serta aktivitas yang direkomendasikan dengan melakukan penambahan aktivitas, pengurangan aktivitas untuk perubahan proses bisnis rekomendasi dan adapun aktivitas yang tidak dilakukan perbaikan.

Tabel 2. Rancangan Perbaikan Proses Bisnis

Aktivitas Awal	Jenis Streamlining	Aktivitas Rekomendasi			
Mengirim brief	<i>Bureaucracy Elimination</i> (Eliminasi Birokasi)	Pemasaran pada PT. KTG tidak menggunakan outsourcing atau pihak ke tiga.	Staf geosynthetic mempersiapkan bahan konten	<i>Upgrading</i>	menggunakan sistem. Bahan konten yang dibuat menggunakan sistem
Laporan sudah publish	<i>Bureaucracy Elimination</i> (Eliminasi Birokasi)	Pemasaran pada PT. KTG tidak menggunakan outsourcing atau pihak ke-3	Staf agriculture mempersiapkan bahan konten Staf bagian inovasi mempersiapkan bahan koten	<i>Upgrading</i> <i>Upgrading</i>	Bahan konten yang dibuat menggunakan sistem Bahan konten yang dibuat menggunakan sistem
Strategi pemasaran terbentuk	<i>Upgrading</i>	Menggunakan sistem untuk strategi pemasaran terbentuk	Via event	<i>Upgrading</i>	Membuat marketing plan via event menggunakan sistem
Strategi plan selesai	<i>Upgrading</i>	Strategi plan yang sudah dibuat disimpan melalui database	Via website	<i>Upgrading</i>	Membuat strategi plan via website menggunakan sistem
Marketing plan selesai	<i>Upgrading</i>	Strategi plan yang sudah dibuat disimpan melalui database	Via event	<i>Upgrading</i>	Membuat strategi plan via event menggunakan sistem
Mengecek marketing plan	<i>Upgrading</i>	Menggunakan sistem untuk mempermudah mengecek marketing plan	Menyetujui marketing plan	<i>Upgrading</i>	Menyetujui marketing plan dengan sistem
Via media sosial	<i>Upgrading</i>	Membuat strategi plan via media social menggunakan sistem	Via media sosial	<i>Upgrading</i>	Membuat strategi plan via media social menggunakan sistem
Revisi marketing plan	<i>Upgrading</i>	Menggunakan sistem untuk revisi marketing	Acc marketing	<i>Upgrading</i>	Kepala bagian pemasaran acc marketing plan menggunakan sistem agar mudah
Membuat strategi plan	<i>Upgrading</i>	Membuat strategi plan menggunakan sistem			
Membuat marketing plan	<i>Upgrading</i>	Membuat marketing plan menggunakan			

Tabel 2. Rancangan Perbaikan Proses Bisnis (lanjutan)

Aktivitas Awal	Jenis Streamlining	Aktivitas Rekomendasi Sistem
Via website	<i>Upgrading</i>	Membuat marketing plan via website

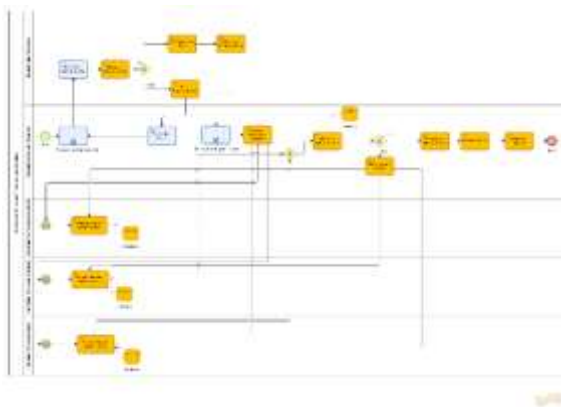
**4.3 Pemodelan Rekomendasi Proses Bisnis**

Pada tabel gambar 1 merupakan alur proses bisnis penjualan barang hasil rekomendasi pada PT. Kencana Tiara Gemilang. Pada Proses Bisnis tersebut terdapat 5 aktor yaitu: kepala bagian pemasaran, staf bagian pemasaran komunikasi, staf bagian pemasaran *geosynthetic*, staf bagian pemasaran *agriculture*, dan staf bagian pemasaran inovasi. Gambar 2 merupakan diagram Sub Proses bisnis membuat strategi pemasaran yang terdapat pada proses bisnis pemasaran PT. Kencana Tiara Gemilang. Pada sub proses bisnis tersebut terdapat satu aktor yaitu staf bagian pemasaran komunikasi yang melakukan beberapa aktivitas yang terdapat

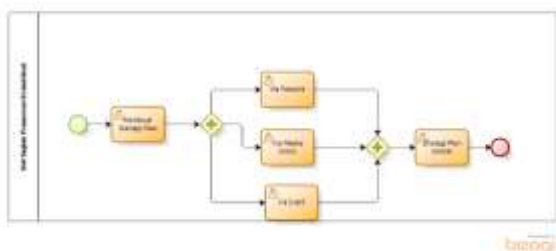


pada diagram dibawah. Gambar 3 merupakan diagram sub proses bisnis *marketing plan* yang terdapat pada proses bisnis pemasaran PT. Kencana Tiara Gemilang. Pada proses bisnis tersebut terdapat 1 aktor yaitu staf bagian pemasaran komunikasi. . Alur diagram proses bisnsi pemasaran hasil rekomendasi pada PT. Kencana Tiara Gemilang:

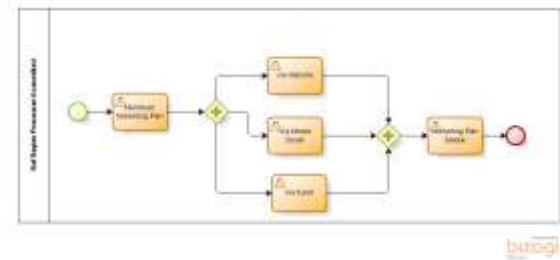
Mengenai alur proses bisnis pemasaran pada PT. Kencana Tiara Gemilang Pada proses bisnis tersebut terdapat aktivitas yaitu staf bagian pemasaran komunikasi mengajukan *marketing plan* yang akan diterima oleh kepada kepala bagian pemasaran lalu dicek apakah *marketing plan* tersebut disetujui atau akan dilakukannya revisi, jika direvisi akan dikembalikan kepada staf bagian komunikasi jika tidak revisi maka dilanjutkan membuat strategi *plan*. Strategi *plan* sudah terbentuk maka diberikan kepada staf bagian *geosynthetic*, staf bagian *agriculture*, dan staf bagian inovasi untuk mempersiapkan bahan konten. Masing-masing staf sudah menyiapkan bahan konten yang akan diterima oleh staf bagian pemasaran komunikasi, jika terdapat revisi makan akan diberikan Kembali kepada masing-masing staf, jika tidak ada revisi makan bahan konten diolah menjadi konten yang akan dipublish oleh staf bagian pemasaran komunikasi. Konten publish akan dievaluasi mandiri oleh staf bagian pemasaran komunikasi.



Gambar 2. Pemodelan Proses Bisnis Rekomendasi Pemasaran



Gambar 3. Pemodelan Sub Proses Bisnis Rekomendasi Strategi Plan



Gambar 4. Pemodelan Sub Proses Bisnis Rekomendasi Marketing Plan

4.4 Simulasi Proses Bisnis

Bagian simulasi proses bisnis menerangkan simulasi mulai level *time analysis*. Waktu yang terdapat pada *task* didapatkan dari hasil fitting distribusi variasi waktu pelaksanaan proses berdasarkan wawancara dan observasi. Pada simulasi ini akan terlihat hasil pengukuran antara bisnis yang sudah ada saat ini (as-is) dan proses bisnis rekomendasi (to-be).

Simulasi proses bisnis pemasaran sesuai proses bisnis di lapangan, di sesi ini dijabarkan simulasi proses bisnis pemasaran menggunakan asumsi membutuhkan 4 hari 17 jam 20 menit kerja untuk melakukan *publish* konten. Jumlah tersebut berdasarkan jumlah rata-rata pemasaran untuk melakukan *publish* konten setiap minggunya

Tabel 3. Perbandingan Hasil Simulasi *Time Analysis*(as is) dan (to be) Pemasaran

Time Analysis	As-Is	To-Be	Selisih Waktu	Peningkatan (%)
Min. Time	4d,1h,47m	2d, 13h,12m	1d, 12h, 35m	61,95%
Max. Time	7d,10h,47m	4d, 15h, 22m	2d, 19h, 25m	37,69%
Avg. Time	4d,17h,20m	2d, 23h, 6m, 30s	1d, 18h, 13m, 30s	37,25%

Berdasarkan tabel 3 perbandingan simulasi rekomendasi *time analysis* proses bisnis pemasaran mengalami peningkatan seperti pada waktu minimal sebesar 61,96%, pada waktu maksimal terdapat peningkatan sebesar 37,69% dan pada rata-rata waktu terdapat peningkatan 37,25%.

Tabel 4. Perbandingan Hasil Simulasi *Time Analysis* (as is) dan (to be) Subproses Bisnis Strategi Plan

<i>Time Analysis</i>	<i>As-Is</i>	<i>To-Be</i>	Selisih Waktu	Peningkatan (%)
<i>Min. Time</i>	2h, 2m	1h, 2m	1 h	49,18%
<i>Max. Time</i>	2h, 2m	1h, 2m	1 h	49,18%
<i>Avg. Time</i>	2h, 2m	1h, 2m	1 h	49,18%

Berdasarkan tabel 4 perbandingan simulasi rekomendasi time analysis sub proses bisnis strategi plan mengalami peningkatan yaitu pada waktu minimal sebesar 49,18%, pada waktu maksimal terdapat peningkatan sebesar 49,18% dan pada rata-rata waktu terdapat peningkatan 49,18%.

Tabel 5. Perbandingan Hasil Simulasi *Time Analysis* (*as is*) dan (*to be*) Subproses bisnis Marketing Plan

<i>Time Analysis</i>	<i>As-Is</i>	<i>To-Be</i>	Selisih Waktu	Peningkatan (%)
<i>Min. Time</i>	4h, 1m	1h, 2m	2h, 59m	74,27%
<i>Max. Time</i>	4h, 1m	1h, 2m	2h, 59m	74,27%
<i>Avg. Time</i>	4h, 1m	1h, 2m	2h, 59m	74,27%

Berdasarkan tabel 5 perbandingan simulasi rekomendasi time analysis sub proses bisnis marketing plan mengalami peningkatan yang berupa presentase yaitu pada waktu minimal sebesar 74,27%, pada waktu maksimal terdapat peningkatan sebesar 74,27% dan pada rata-rata waktu terdapat peningkatan sebesar 74,27%.

### 5. KESIMPULAN

Hasil dari analisa serta pembahasan dalam penelitian ini, penulis mendapatkan kesimpulan yang diambil dari penelitain tentang Evaluasi Proses Bisnis Bagian Pemasaran Dengan Metode *Business Process Improvement* (BPI) Studi Pada PT. Kencana Tiara Gemilang sebagai berikut:

1. PT. Kencana Tiara Gemilang merupakan perusahaan manufaktur lembaran plastik. Pada PT. KTG melaksanakan analisa proses bisnis memakai *Failure Mode and Effect Analysis* (FMEA). Hasil wawancara yang telah dilakukan dengan observasi memakai FMEA, dapat disimpulkan pada proses bisnis utama pada perusahaan tersebut adalah marketing atau pemasaran. Proses bisnis yang teridentifikasi menggunakan model BPMN 2.0.
2. Untuk dapat menentukan metode yang dipakai peneliti dalam permasalahan yaitu

metode *Failure Mode and Effect Analysis* (FMEA) sebagai dasar pemodelan memakai prioritas yang mengandung urgensi permasalahan paling tinggi. Terhitungnya berdasarkan *severity*, *occurrence* dan *detection* menggunakan FMEA maka akan didapatkan RPN paling tinggi dan prioritas yang akan dilakukan rekomendasi perbaikan pada pemasaran, sub proses strategi plan dan sub proses marketing plan yaitu pada aktivitas mengirim *brief*, laporan sudah *publish*, strategi pemasaran terbentuk, strategi plan, startegi marketing plan, mengecek marketing plan, via media sosial marketing plan, revisi marketing plan, membuat strategi plan, membuat marketing plan, via website marketing plan, staf *geosynthetic* mempersiapkan bahan konten, staf *agriculture* mempersiapkan bahan konten, staf inovasi mempersiapkan bahan konten, via event marketing plan, via website strategi plan, via event strategi plan, menyetujui marketing plan, via media sosial strategi plan, dan acc marketing

3. Berikutnya dari hasil evaluasi proses bisnis memakai *Failure Mode and Effect Analysis* (FMEA) akan dilakukan menyusun proses bisnis yang direkomendasikan dengan metode *Business Process Improvement* (BPI) menggunakan *tools streamlining* atau penguraian secara sederhana. Proses bisnis pemasaran menggunakan 2 *streamlining* yaitu *Bureaucracy Elimination* (Eliminasi Birokasi) yang memudarkan pekerjaan bersifat administratif seperti persetujuan, pekerjaan, dan paperwork serta Upgrading mengedit proses yang dilaksanakan dengan manual untuk penggunaan sistem.

### 6. SUMBER PUSTAKA

- Bizagi, 2013. Bizagi Process Modeler User's Guide.
- Black, Rex., 2009. Managing the Testing Process, Practical Tools and Techniques for Managing Software and Hardware Testing. Canada: Wiley Publishing, Inc.
- Harrington, H. J., 1991. Business Process Improvement The Breakthrough Strategy for Total Quality, Productivity, and Competitiveness. New York: McGraw-Hill, Inc.
- Kritzinger, D. 2017. Failure Modes and Effects Analysis. Researchgate. Tersedia di:

- <<https://www.researchgate.net/publication/283046997>> [Diakses 10 Januari 2019]
- McDermott, R., 2011. *The Basics of FMEA*, CRC Press.
- Mendling, J., Weidlich, M. (Eds.), 2012. *Business Process Model and Notation*. Springer Berlin Heidelberg, Berlin, Heidelberg.
- Organisasi Perangkat Daerah, 2019. Tersedia di: <<http://pemerintah.net/organisasi-perangkat-daerah/>> [Diakses 19 Maret 2019]
- Rahmawati, D., Rokhmawati, R.I., Perdanakusuma, A.R., 2017. Analisis dan Pemodelan Proses Bisnis Bidang Pelayanan Perizinan Menggunakan Business Process Model and Notation (BPMN)(Studi Pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Pemerintah Kota Malang). *Jurnal.Malang: Universitas Brawijaya*
- Weske, M. 2007. *Business Process Management. Business Process Management: Concepts, Languages, Architectures* (pp. 1–368). Springer Berlin Heidelberg.