

Pertemuan 2

RUANG LINGKUP

Ruang Lingkup

- Integrasi Proses Bisnis
- Standart Prosedur Bisnis
 - ✓ Keuangan
 - ✓ Penjualan & Distribusi
 - ✓ Produksi
 - ✓ Sumber Daya Manusia
 - ✓ Pemeliharaan Sarana Produksi
 - ✓ Manajemen Kualitas
 - ✓ Manajemen Material
- Analisa Prosedur Bisnis berbasis TI
- Riset Bisnis

Integrasi Proses Bisnis

Sebuah metodologi untuk melakukan efisiensi perusahaan melalui penerjemahan visi kedalam bentuk strategi dan action, kemudian diartikulasikan dalam proses bisnis perusahaan terintegrasi

Integrasi Proses Bisnis

- Efisiensi
 - ✓ Beberapa proses bisnis digabungkan menjadi satu proses yang terintegrasi.
- Persaingan
 - ✓ Persaingan instansi lain dengan konsep proses bisnis yang terintegrasi, sehingga integrasi harus dilakukan untuk bersaing
- Perkembangan Teknologi
 - ✓ Semakin berkembangnya TI sehingga integrasi proses bisnis semakin lebih mudah dilakukan.

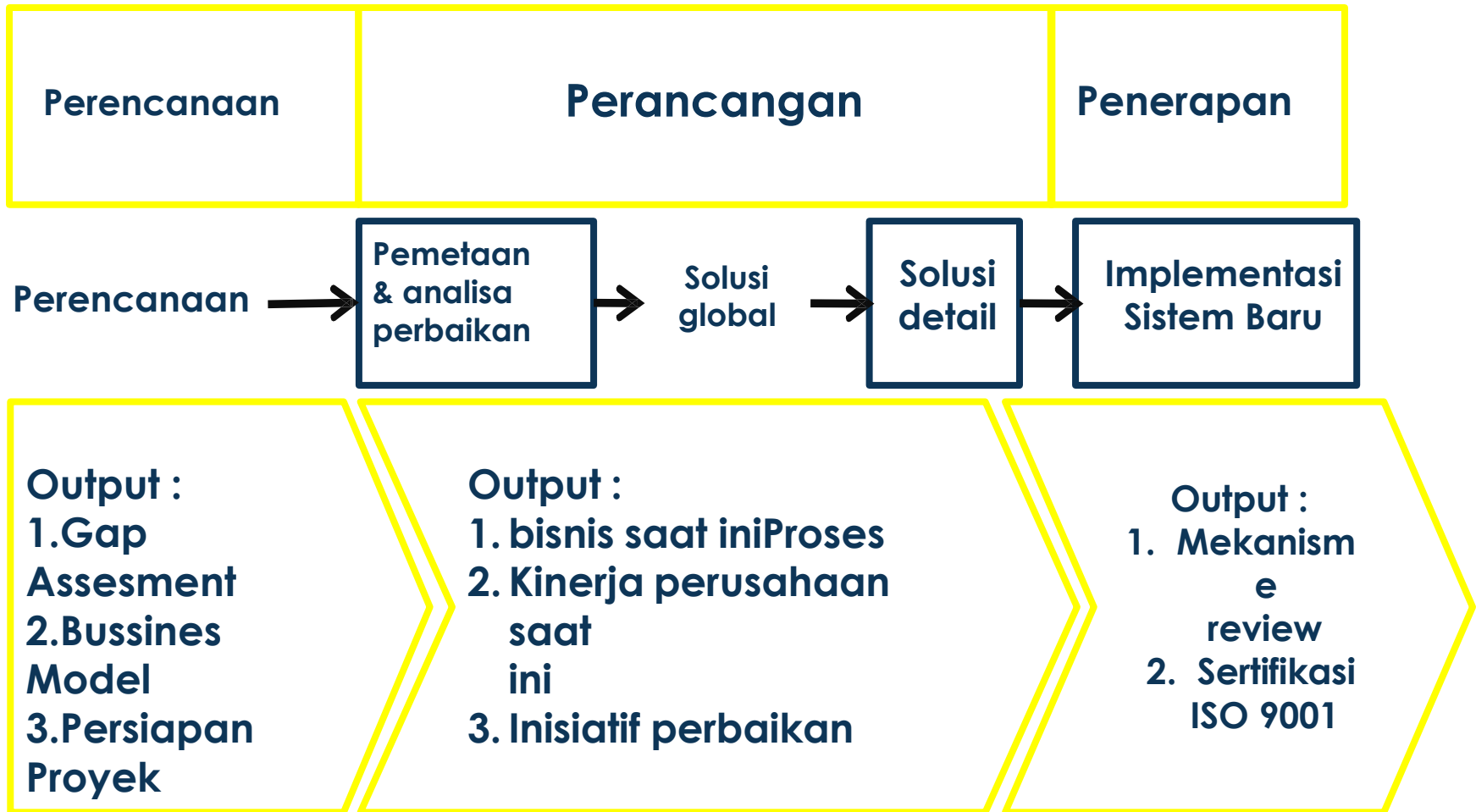
Contoh

- ❖ E-banking / internet –banking : bca.co.id, mandiri.co.id
- ❖ Mobile-banking : mandiri banking, mobile bca
- ❖ Pendaftaran Mahasiswa Online : bsi.ac.id, bl.ac.id
- ❖ Key-in KRS Online: univ. dr. Sutomo Surabaya
- ❖ Ujian TOEFL Online
- ❖ e-Commerce → tokobagus.com, berniaga.com
- ❖ E-Government → hankam.go.id, bapennas.go.id

Tahapan Integrasi Proses bisnis

- ❖ Perencanaan ? menentukan arah perusahaan
- ❖ Perancangan ? menerjemahkan strategi yang dibentuk kedalam proses bisnis perusahaan
- ❖ Implementasi ? memastikan bahwa proses bisnis yang direncanakan dijalankan sesuai dengan strategi perusahaan

Metodologi Proses Bisnis



Tahapan Metodologi Integrasi Proses Bisnis

- ❖ Tahap perencanaan → aktifitas asesmen, pembuatan bisnis model, penentuan obyektif proyek, kebutuhan proyek
- ❖ Tahap perancangan → pemetaan proses bisnis, melakukan benchmarking, pembuatan struktur biaya, perencanaan mutu, pembuatan Company Scorecard
- ❖ Tahap penerapan → manajemen perubahan, pembentukan team improvement, implementasi rencana aksi, pelaksanaan audit internal, mekanisme review dan pengukuran kinerja, sertifikasi ISO 9001

Tentang Motivasi

- ❖ Tidak ada satupun keluarganya yang berbisnis
- ❖ Tidak ada teman yang bisa diajak bicara bisnis
- ❖ Tidak pernah berkeinginan membaca tentang persoalan bisnis
- ❖ Tidak tahu bahwa bisnis itu mengasyikkan

Tentang Modal

- ❖ Dikiranya modal selalu uang dan dalam jumlah yang besar
- ❖ Tidak tahu bahwa keahlian, teknis, berkomunikasi, berorganisasi, dll merupakan modal juga
- ❖ Tidak menyadari bahwa orang tua, kerabat dan komunitas adalah modal yang bisa diberdayakan

Tentang Perilaku

- ❖ Tidak tahu bahwa orang memiliki perilaku atas dorongan yang jumlahnya tak terbatas
- ❖ Tidak tahu bahwa orang sulit membedakan kebutuhannya dengan keinginannya
- ❖ Tidak menyadari bahwa perilaku yang berbeda beda itu merupakan peluang

Tentang Pasar

- ❖ Tidak faham bahwa pasar bisa diciptakan dan bisa berkembang tanpa batas
- ❖ Tidak menyadari bahwa transaksi bisa dilakukan kapan saja, di mana saja dan oleh siapa saja
- ❖ Tidak menyangka bahwa pasar itu bersegmentasi berdasarkan banyak faktor

Tentang Produk/Jasa

- ❖ Tidak menyadari bahwa produk dan jasa memiliki keunikan masing-masing
- ❖ Tidak memahami bahwa produk dan jasa bisa saling mengisi
- ❖ Tidak ada/kurangnya diversifikasi produk/jasa dalam bentuk baru dan menarik

Tentang Ide

- ❖ Tidak tahu bahwa ide bisnis tidak harus murni untuk bisa diterima pasar
- ❖ Tidak menyadari bahwa; niteni (memperhatikan), nirukake (menirukan) dan nambahi (menambah) masih bisa dioptimalkan
- ❖ Tidak punya ide alias malas berpikir

Tentang Layanan

- ❖ Tidak tahu bahwa menjual produk dan jasa mutlak harus ada layanan
- ❖ Tidak menyadari bahwa melayani identik dengan mengalah atau menaklukkan diri sendiri
- ❖ Tidak memahami bahwa orang yang senang dilayani adalah tipe pembeli loyal

Tentang Publikasi

- ❖ Tidak tahu bahwa publikasi dalam segala bentuknya mutlak harus ada dalam bisnis apapun
- ❖ Tidak menyadari bahwa; dalam berpublikasi ada penjenjangan dan varian
- ❖ Tidak mengetahui bahwa publikasi juga ibarat pisau bermata dua

Tentang Harga

- ❖ Tidak mengetahui psikologi konsumen mengenai harga
- ❖ Tidak menyadari bahwa harga juga identik dengan mutu produk/jasa tetapi bisa juga tidak ada hubungannya dengan apapun saat “kritis”
- ❖ Tidak berani menetapkan harga

Tentang Hutang

- ❖ Tidak berani hutang karena takut kalau bangkrut dan bayangan jelek yang lain
- ❖ Tidak bisa hutang karena tidak ada yang percaya dan tidak ada usaha agar orang jadi percaya
- ❖ Tidak menyadari bahwa bisnis tidak terelakkan dari hutang dan itu biasa

Tentang Berteman

- ❖ Tidak bisa membedakan antara teman dengan rekanan bisnis
- ❖ Tidak menyadari bahwa teman kadang jauh lebih berbahaya dari “lawan”
- ❖ Tidak memiliki teman dan rekan sama sekali

Tentang Persaingan

- ❖ Tidak faham bahwa persaingan itu menyehatkan
- ❖ Tidak menyadari bahwa antar personil dalam satu ‘perkumpulan’ pun bersaing
- ❖ Tidak bisa melihat posisi dirinya, usahanya, klubnya dibanding kompetitornya

Tentang Mahasiswa

- Tidak menyadari bahwa sebentar lagi lulus
- Tidak tahu keahlian apa yang bisa dijual
- Tidak tahu harus memulai dari mana
- Tidak tahu harus berlatih dgn siapa
- Tidak mau tanya karena merasa tidak tahu apa yang harus ditanyakan

Motivasi Berusaha

- Mempunyai keahlian tertentu dan ingin mengembangkan
- Memiliki relasi dan akses pasar yang luas
- Melanjutkan usaha org tua / keluarga
- Mendapat kepercayaan untuk memegang usaha orang lain
- Iseng dan mengisi waktu luang
- Terpaksa karena memang tidak ada alternatif lain
- Banting stir setelah Pensiun, PHK atau Resign dari tempat kerja.

Sejarah Singkat Bangun Usaha

- Kapan persis waktunya memulai usaha?
Anytime, Everytime
- Dalam situasi yang bagaimana usaha dimulai?
Difficult, War, Crowded, etc
- Adakah dukungan dari keluarga, kerabat atau teman dalam pendirian usaha ini sejak awal berdirinya?
Finance, Support
- Bagaimana perasaan yang menyelimuti pada hari-hari pertama usaha ini berhasil dibuka?
Curiously, Panic, Laydown, etc

Permodalan

- ❖ Apakah seluruh modal usaha berasal dari milik sendiri, ataukah ada sebagian dari orang lain?
- ❖ Apakah selain modal berupa uang tunai dibutuhkan juga modal lain, berupa apakah modal tersebut?
- ❖ Adakah kemudahan pinjaman modal dari bank atau lembaga keuangan non-bank?
- ❖ Kalau boleh tahu berapa besar modal pertama usaha ini?

Penentuan Lokasi

- ❖ Berdasarkan apakah penentuan lokasi usaha ini?; (strategisitas, berdekatan dengan tempat tinggal, karena ketersediaan lahan, dll)
- ❖ Setelah beberapa lama usaha berlangsung, adakah terasa bahwa lokasi usaha ikut menentukan kesuksesan?
- ❖ Kesulitan apa saja yang ditemukan dalam pemilihan/penentuan lokasi usaha?

Proses Produksi

1. Apakah proses produksinya memerlukan keahlian khusus?
2. Apakah ada formula(racikan) yang bersifat rahasia dan hanya orang tertentu yang boleh mengetahuinya?
3. Apakah menggunakan bahan baku yang harus didatangkan dari luar daerah atau bahkan luar negeri?
4. Apakah tempat produksi sekaligus sebagai menjadi tempat penjualan?
5. Apakah ada ciri khusus yang membedakan dgn produk sejenis?

Tenaga Kerja

1. Apakah tenaga kerja direkrut dari kalangan kerabat atau teman-2 dekat?
2. Apakah ada tenaga ahli yang diambil dari orang yang sudah mahir dari tempat lain?
3. Apakah ada jenjang karier dan pembagian tugas serta kewenangan secara jelas?
4. Apakah berlaku sistem borongan, lembur berdasarkan lamanya kerja, atau bonus berdasarkan hasil penjualan?
5. Apakah berlaku budaya kekeluargaan dalam hubungannya dengan penentuan upah?

Pelatihan

1. Apakah proses pelatihan karyawan direncanakan ?
2. Apakah pelatihan dan pengembangan karyawan menjadi budaya perusahaan?
3. Apakah pelaksanaan pelatihan karyawan melibatkan pihak luar?
4. Apakah pelatihan yang dilakukan berdampak pada peningkatan produktivitas?

Kerjasama Usaha

1. Adakah jalinan kerjasama dengan perusahaan, institusi atau lembaga lain?
2. Dalam bentuk kecil, adakah organisasi karyawan yang bisa diajak kerjasama?
3. Dalam jangka panjang, adakah rencana perusahaan menjalin kemitraan bisnis dalam rangka diversifikasi usaha?

Pemasaran

1. Sudahkah perusahaan menerapkan konsep dan teori pemasaran dalam menjual produknya?
2. Adakah anggaran khusus untuk pemasaran secara periodik?
3. Adakah bagian atau manajemen yang khusus mencermati pemasaran?
4. Bagaimana tanggapan dan sikap pemilik perusahaan terhadap kompetitor?

Keuangan

1. Apakah sudah menerapkan manajemen keuangan sesuai kaidah dalam mengelola keuangan?
2. Apakah perusahaan menggunakan jasa akuntan dari luar?
3. Apakah ada pertanggungjawaban keuangan secara periodik dari para penanggung jawab pada pemilik perusahaan?

Pelanggan

1. Siapakah pelanggan perusahaan ini?
2. Bagaimanakah para karyawan menanggapi pelanggannya?
3. Bagaimanakah cara perusahaan ini menyikapi sekaligus menanggapi komplain (keluhan) pelanggannya?
4. Bagaimana perusahaan menjalin hubungan antar pelanggannya?

INOVASI

1. Adakah kesadaran berinovasi terhadap produk yang dijual?
2. Sejauh mana inovasi dilakukan?
3. Apakah inovasi dilakukan bersamaan dengan positioning produk?
4. Apakah langkah inovasi dari perusahaan mendapat sambutan yang memadai dari para karyawannya?