

Buku KPI

- Assistant GRO and Order Coordinator
- Customer Relations Officer & Order Coordinator
- Finance & Accounting
- Head of Marketing
- Photo & Video Specialist
- Showroom Inventory Associate
- Showroom Operations & Cashier
- Showroom Operations Support
- Skema Bonus dan Pengaruh Gaji KPI
- Evaluasi improvement points
- KPI Kepala Produksi
- Penilaian KPI Kepala Produksi Bulan September 2025
- Koordinator Pelaksana Produksi
- Penilaian KPI Koordinator Pelaksana Produksi bulan September 2025
- KPI Sales & Marketing Manager
- Penilaian KPI Sales & Marketing Manager Bulan September 2025
- KPI Kepala Keuangan
- KPI Human Resources Development
- Penilaian KPI Kepala Keuangan Bulan September 2025
- Penilaian KPI Kepala Produksi bulan audit Oktober 2025
- Penilaian KPI Koordinator Pelaksana Produksi bulan audit Oktober 2025
- Penilaian KPI Sales & Marketing Manager Bulan Oktober 2025
- Penilaian KPI Kepala Produksi Bulan Audit November 2025
- Penilaian KPI Koordinator Pelaksana Produksi Bulan Audit November 2025
- Penilaian KPI Sales & Marketing Manager Bulan Audit November 2025
- Penilaian KPI Kepala Keuangan Bulan Oktober 2025
- Penilaian KPI Sales & Marketing Manager Bulan Audit Desember 2025

- Penilaian KPI Kepala Bagian Keuangan Bulan November 2025
- Penilaian KPI Kepala Bagian Keuangan Bulan Desember 2025

Assistant GRO and Order Coordinator

Kecepatan pemrosesan Order

- Tujuan: Pembuatan dokumen order adalah cara utama proses penjualan PT. Timboel, proses ini harus dibuat secepat dan seakurat mungkin
- Pengukuran: ([dokumen terkirim dalam 24 jam] / [total dokumen]) * 100%
- Target: 24 jam dari tanggal PO atau Visitasi customer
- Frekuensi Audit: Setiap Quartal
- Sumber Data: Log book visitasi customer, database order dokumen, daftar purchase order customer.
- Bobot: 30%

Kelengkapan Data Dokumen

- Tujuan: Menunjukkan profesionalitas dengan akuratnya perbuatan dokumen PT. Timboel.
- Pengukuran: ([dokumen terkirim tidak terkirim dalam 24 jam karena alasan data] / [total dokumen tidak terkirim dalam 24 jam]) * 100%
- Target: <5% dokumen tidak terkirim beralasan data
- Frekuensi Audit: Setiap Quartal
- Sumber: database order dokumen
- Bobot: 30%

Catatan Tambahan

- sample
- sample

Sample

Tingkat Kehadiran Karyawan

- Tujuan: Menjaga produktivitas dan memastikan ketersediaan tim.
- Pengukuran: Persentase kehadiran harian dari total hari kerja setiap bulan.
- Target: 95% kehadiran per bulan.
- Frekuensi Audit: Setiap akhir bulan.
- Sumber Data: Data absensi dari sistem HR.

- Bobot: 10%

Tingkat Konversi Penjualan

- Tujuan: Meningkatkan pendapatan dan jumlah pelanggan.
- Pengukuran: $(\text{Jumlah penjualan} \div \text{Jumlah prospek}) \times 100\%$.
- Target: 20% konversi per kuartal.
- Frekuensi Audit: Bulanan, dilaporkan per kuartal.
- Sumber Data: Sistem CRM atau catatan penjualan.
- Bobot: 10%

Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction)

- Tujuan: Memastikan pelanggan puas dengan produk atau layanan.
- Pengukuran: Rata-rata skor survei kepuasan (skala 1-10).
- Target: Nilai rata-rata 8 ke atas dalam satu bulan.
- Frekuensi Audit: Bulanan.
- Sumber Data: Hasil survei online atau kuesioner email.
- Bobot: 10%

Waktu Respons Layanan (Customer Support)

- Tujuan: Mempercepat penanganan keluhan dan pertanyaan pelanggan.
- Pengukuran: Waktu rata-rata untuk merespons tiket atau email pelanggan.
- Target: Di bawah 24 jam.
- Frekuensi Audit: Mingguan.
- Sumber Data: Sistem ticketing atau catatan email.
- Bobot: 10%

Customer Relations Officer & Order Coordinator

Merrespon Komunikasi Customer

- Tujuan: Menyampaikan informasi atau kebutuhan informasi Customer sebagai bentuk pelayanan dan profesionalitas
- Pengukuran: Pertanyaan dijawab dalam waktu 24 jam sejak diterima, dan diambil random sampling 10 pesan email / WA business yang sudah divalidasi oleh Head of Marketing.
 - ([Jumlah pesan yang sudah divalidasi] / [total pesan]) x 100%
- Target: 90% pertanyaan dijawab dalam 24 jam
- Frekuensi Audit: Per Quartal / per 3 bulan dilakukan di minggu pertama awal bulan ke 1,4,7,10
- Sumber Data: Email dan Wa business
- Bobot: 10%

Kecepatan Waktu Membalas email / WA business

- Tujuan: Meningkatkan pelayanan kepada Customer
- Pengukuran: Menjawab pesan dengan cepat dan dengan jawaban yang representatif dalam waktu 1x24 jam
 - [Jumlah pesan dengan waktu tercepat dan berkualitas / total pesan sampling] x 100%
- Target: Target: 90% pertanyaan dijawab dalam 24 jam
- Frekuensi Audit: Per Quartal / per 3 bulan dilakukan di minggu pertama awal bulan ke 1,4,7,10
- Sumber Data: Email dan WA business
- Bobot: 5%

Peningkatan Omset

- Tujuan: Meningkatkan omset lokal dan internasional
- Pengukuran: Mengukur penjualan lokal & internasional dengan dasar omset quartal sebelumnya
 - Selisih antara omset quartal berjalan dengan omset quartal sebelumnya
 - ([Selisih omset] / omset quartal sebelumnya) x 100%
- Target: Kenaikan 10% dari omset quartal sebelumnya
- Frekuensi Audit: Per Quartal / per 3 bulan dilakukan di minggu pertama awal bulan ke 1,4,7,10
- Sumber Data: Laporan Penjualan

- Bobot: 20%

Penambahan Customer

- Tujuan: Memperluas jaringan pasar, sebagai upaya menarik lebih banyak pelanggan baru ke perusahaan
- Pengukuran: Jumlah customer baru per Quartal .
 - $[(\text{jumlah customer baru} / \text{target}) \times 100\%]$
- Target: Penambahan 5 customer baru per tahun
- Frekuensi Audit: Per Quartal / per 3 bulan dilakukan di minggu pertama awal bulan ke 1,4,7,10
- Sumber Data: List customer dan PO
- Bobot: 15%

Follow Up Customer untuk melakukan Re Order

- Tujuan: Untuk meningkatkan target omset
- Pengukuran: Dalam satu bulan melakukan pengecekan follow up yang dilakukan melalui email / WA business
 - Customer yang di follow up adalah customer yang sudah pernah melakukan pembelian / order
 - $([\text{Jumlah follow up yang dilakukan dalam satu bulan} / \text{target follow up per bulan}] \times 100\%$
- Target: Dalam satu bulan melakukan follow up minimal 15 customer
- Frekuensi Audit: Setiap bulan dilakukan di minggu pertama bulan berikutnya
- Sumber Data: PO, Email dan WA business
- Bobot: 10%

Pengukuran Customer Melakukan Re Order

- Tujuan: Mengukur efektivitas follow-up dalam menghasilkan pesanan ulang dari pelanggan.
- Pengukuran: Dalam satu bulan melakukan pengecekan follow up yang dilakukan melalui email / WA business
 - Customer yang di follow up adalah customer yang sudah pernah melakukan pembelian / order
 - $([\text{Jumlah follow up yang dilakukan dalam satu bulan} / \text{target follow up per bulan}] \times 100\%$
- Target: Dalam satu bulan melakukan follow up minimal 15 customer
- Frekuensi Audit: Setiap bulan dilakukan di minggu pertama bulan berikutnya
- Sumber Data: Email , WA business, dan PO
- Bobot: 10%

Catatan Tambahan

Definisi 1 x 24 jam: pada hari kerja berikutnya

Definisi Validasi: disetujui

Definisi Representatif; sesuai dengan standard perusahaan

Definisi customer baru: pelanggan yang belum pernah bertransaksi sebelumnya dalam sistem.

Definisi Quartal; 3 bulan kalender

Definisi random sampling: sampel akan diambil dengan thread

Untuk pemeriksaan bulanan, semua data disiapkan sampai periode akhir bulan, untuk bisa dilakukan penilaian di minggu pertama bulan berikutnya

Untuk pemeriksaan Quartal, semua data siapkan dalam 3 bulan kalender, untuk bisa dilakukan penilaian di minggu pertama bulan berikutnya

Contoh:

Kuartal 1, penyajian data bulan Januari, Februari, Maret, penilaian akan dilakukan pada minggu pertama bulan April

Kuartal 2, penyajian data bulan April, Mei, Juni, penilaian akan dilakukan pada minggu pertama bulan Juli

Kuartal 3, penyajian data bulan Juli, Agustus, September, penilaian akan dilakukan di minggu pertama bulan Oktober

Kuartal 4, penyajian data bulan Oktober, November, Desember, penilaian akan dilakukan di minggu pertama bulan Januari

Sample :

1. Sampel Pesan:

- Jika ada lebih dari 300 pesan, maka sampel 10 pesan dipilih secara acak (contoh metode acak sederhana, di pesan nomor 1, 100, 150, 200, dst)

2. Validasi oleh Head of Marketing:

- Pesan yang di respon (≤ 24 jam), yang divalidasi oleh Head of Marketing apakah pesan tersebut sesuai standar perusahaan atau tidak
- Data bisa diambil dari log email dan WhatsApp Business untuk memastikan objektivitas.

3. Bagaimana Jika Pesan Masuk di Luar Jam Kerja?

- Jika pesan masuk di luar jam operasional (misalnya malam hari atau hari libur), maka waktu respons dihitung sejak jam kerja berikutnya.
- Misalnya, jika pesan masuk Sabtu malam dan jam operasional mulai Senin pukul 08.00, maka batas 24 jam dihitung dari Senin pukul 08.00.

4. Konsekuensi Jika Target Tidak Tercapai:

- Jika dalam audit ditemukan < 90% pesan dijawab dalam 24 jam, akan dilakukan review dan perbaikan sistem komunikasi.
- Bisa berupa pelatihan tim, penggunaan auto-reply, atau optimasi sistem kerja untuk meningkatkan responsivitas

5. Follow Up Customer

- Follow-up dapat berupa reminder, penawaran spesial, atau informasi produk baru.
- Sistem pencatatan harus menunjukkan follow-up yang sudah dilakukan dan respons pelanggan.

Finance & Accounting

Merespon Komunikasi Customer

- Tujuan: Menyampaikan informasi atau kebutuhan informasi Customer sebagai bentuk pelayanan dan profesionalitas
- Pengukuran: Pertanyaan dijawab dalam waktu 24 jam sejak diterima, dan diambil random sampling 10 pesan email / WA business yang sudah divalidasi oleh Head of Marketing.
 - ([Jumlah pesan yang sudah divalidasi] / [total pesan]) x 100%
- Target: 90% pertanyaan dijawab dalam 24 jam
- Frekuensi Audit: Per Quartal / per 3 bulan dilakukan di minggu pertama awal bulan ke 1,4,7,10
- Sumber Data: Email dan Wa business
- Bobot: 10%

Kecepatan Waktu Membalas email / WA business

- Tujuan: Meningkatkan pelayanan kepada Customer
- Pengukuran: Menjawab pesan dengan cepat dan dengan jawaban yang representatif dalam waktu 1x24 jam
 - [Jumlah pesan dengan waktu tercepat dan berkualitas / total pesan sampling] x 100%
- Target: Target: 90% pertanyaan dijawab dalam 24 jam
- Frekuensi Audit: Per Quartal / per 3 bulan dilakukan di minggu pertama awal bulan ke 1,4,7,10
- Sumber Data: Email dan WA business
- Bobot: 5%

Peningkatan Omset

- Tujuan: Meningkatkan omset lokal dan internasional
- Pengukuran: Mengukur penjualan lokal & internasional dengan dasar omset quartal sebelumnya
 - Selisih antara omset quartal berjalan dengan omset quartal sebelumnya
 - ([Selisih omset] / omset quartal sebelumnya) x 100%
- Target: Kenaikan 10% dari omset quartal sebelumnya
- Frekuensi Audit: Per Quartal / per 3 bulan dilakukan di minggu pertama awal bulan ke 1,4,7,10
- Sumber Data: Laporan Penjualan
- Bobot: 20%

Penambahan Customer

- Tujuan: Memperluas jaringan pasar, sebagai upaya menarik lebih banyak pelanggan baru ke perusahaan
- Pengukuran: Jumlah customer baru per Quartal .
 - [(jumlah customer baru / target) x 100%]
- Target: Penambahan 5 customer baru per tahun
- Frekuensi Audit: Per Quartal / per 3 bulan dilakukan di minggu pertama awal bulan ke 1,4,7,10
- Sumber Data: List customer dan PO
- Bobot: 15%

Follow Up Customer untuk melakukan Re Order

- Tujuan: Untuk meningkatkan target omset
- Pengukuran: Dalam satu bulan melakukan pengecekan follow up yang dilakukan melalui email / WA business
 - Customer yang di follow up adalah customer yang sudah pernah melakukan pembelian / order
 - ([Jumlah follow up yang dilakukan dalam satu bulan / target follow up per bulan) x 100%
- Target: Dalam satu bulan melakukan follow up minimal 15 customer
- Frekuensi Audit: Setiap bulan dilakukan di minggu pertama bulan berikutnya
- Sumber Data: PO, Email dan WA business
- Bobot: 10%

Pengukuran Customer Melakukan Re Order

- Tujuan: Mengukur efektivitas follow-up dalam menghasilkan pesanan ulang dari pelanggan.
- Pengukuran: Dalam satu bulan melakukan pengecekan follow up yang dilakukan melalui email / WA business
 - Customer yang di follow up adalah customer yang sudah pernah melakukan pembelian / order
 - ([Jumlah follow up yang dilakukan dalam satu bulan / target follow up per bulan) x 100%
- Target: Dalam satu bulan melakukan follow up minimal 15 customer
- Frekuensi Audit: Setiap bulan dilakukan di minggu pertama bulan berikutnya
- Sumber Data: Email , WA business, dan PO
- Bobot: 10%

Catatan Tambahan

Definisi 1 x 24 jam: pada hari kerja berikutnya

Definisi Validasi: disetujui

Definisi Representatif; sesuai dengan standard perusahaan

Definisi customer baru: pelanggan yang belum pernah bertransaksi sebelumnya dalam sistem.

Definisi Quartal; 3 bulan kalender

Definisi random sampling: sampel akan diambil dengan thread

Untuk pemeriksaan bulanan, semua data disiapkan sampai periode akhir bulan, untuk bisa dilakukan penilaian di minggu pertama bulan berikutnya

Untuk pemeriksaan Quartal, semua data disiapkan dalam 3 bulan kalender, untuk bisa dilakukan penilaian di minggu pertama bulan berikutnya

Contoh:

Kuartal 1, penyajian data bulan Januari, Februari, Maret, penilaian akan dilakukan pada minggu pertama bulan April

Kuartal 2, penyajian data bulan April, Mei, Juni, penilaian akan dilakukan pada minggu pertama bulan Juli

Kuartal 3, penyajian data bulan Juli, Agustus, September, penilaian akan dilakukan di minggu pertama bulan Oktober

Kuartal 4, penyajian data bulan Oktober, November, Desember, penilaian akan dilakukan di minggu pertama bulan Januari

Sample :

1. Sampel Pesan:

- Jika ada lebih dari 300 pesan, maka sampel 10 pesan dipilih secara acak (contoh metode acak sederhana, di pesan nomor 1, 100, 150, 200, dst)

2. Validasi oleh Head of Marketing:

- Pesan yang di respon (≤ 24 jam), yang divalidasi oleh Head of Marketing apakah pesan tersebut sesuai standar perusahaan atau tidak
- Data bisa diambil dari log email dan WhatsApp Business untuk memastikan objektivitas.

3. Bagaimana Jika Pesan Masuk di Luar Jam Kerja?

- Jika pesan masuk di luar jam operasional (misalnya malam hari atau hari libur), maka waktu respons dihitung sejak jam kerja berikutnya.
- Misalnya, jika pesan masuk Sabtu malam dan jam operasional mulai Senin pukul 08.00, maka batas 24 jam dihitung dari Senin pukul 08.00.

4. Konsekuensi Jika Target Tidak Tercapai:

- Jika dalam audit ditemukan $< 90\%$ pesan dijawab dalam 24 jam, akan dilakukan review dan perbaikan sistem komunikasi.
- Bisa berupa pelatihan tim, penggunaan auto-reply, atau optimasi sistem kerja untuk meningkatkan responsivitas

5. Follow Up Customer

- Follow-up dapat berupa reminder, penawaran spesial, atau informasi produk baru.
- Sistem pencatatan harus menunjukkan follow-up yang sudah dilakukan dan respons pelanggan.

Head of Marketing

Pengelolaan Tim Marketing

- Tujuan: Untuk mengukur kemampuan manajemen head of marketing kepada member timnya.
- Pengukuran: Rata-rata dari skor KPI dari semua member team marketing.
 - $(\text{[jumlah skor KPI team]} / \text{[jumlah personel]}) * 100\%$
- Target: KPI rata-rata member tim diatas 90%
- Frekuensi Audit: Perbulan di akhir bulan
- Sumber Data: Data KPI member Tim Marketing
- Bobot: 40%

Improvement Plan Tim Marketing

- Tujuan: Untuk memastikan adanya rencana peningkatan kinerja tim marketing.
- Pengukuran: Adanya improvement plan yang di ketahui oleh karyawan dan head
 - [jumlah improvement plan]
- Target: lebih dari 1 improvement plan per quartal
- Frekuensi Audit: Perkuartal di akhir quartal
- Sumber Data: Submisi improvement plan yang di tanda tangain oleh Direktur di google drive
- Bobot: 10%

Pengembangan Tim Marketing

- Tujuan: Untuk memastikan bahwa improvement plan tim marketing dijalankan
- Pengukuran: Adanya foto dan absensi per improvement plan dan target improvement plan tercapai
 - 3 kualitas yang diukur: foto, absensi, mencapai target. Target berbobot 2
 - $(\text{[adanya foto]} + \text{[absensi]} + 2 * \text{[target]}) / 4$
- Target: lebih dari 1 foto dan absensi per quartal
- Frekuensi Audit: Perkuartal di akhir quartal
- Sumber Data: Submisi foto dan absensi di folder google drive
- Bobot: 10%

Dokumentasi Marketing Strategi

- Tujuan: Untuk memastikan bahwa pembuatan marketing strategi sesuai dengan visi perusahaan.
- Pengukuran: Adanya marketing strategy yang di approve oleh head dan direktur.
 - Dalam Marketing Strategi minimal harus ada: Tujuan, Target Pencapaian, Target Audience, Taktik, Budget, Timeline

- [jumlah marketing strategy]
- Target: lebih dari 2 marketing strategy per квартал
- Frekuensi Audit: Perkuartal di akhir квартал
- Sumber Data: Submisi marketing strategi yang di tanda tangain oleh Direktur di google drive
- Bobot: 20%

Eksekusi Marketing Strategi

- Tujuan: Untuk memastikan bahwa marketing strategi dilaksanakan sesuai planning.
- Pengukuran: Kualitas eksekusi marketing strategi:
 - 3 kualitas yang diukur: Selesai on time, Mencapai target pencapaian, on budget
 - ([on time] + [target pencapaian] + [on budget])/ 3
- Target: lebih dari 2 marketing strategy memenuhi kriteria kualitas bagus per квартал
- Frekuensi Audit: Setiap selesai eksekusi strategi
- Sumber Data: dokumentasi marketing strategi di google drive
- Bobot: 20%

Catatan Tambahan

Definisi ontime: maksimal 1 minggu setelah tanggal deadline terjadi review.

Definisi on budget: $\pm 10\%$ dari estimasi

Implementasi harus sudah selesai untuk bisa dihitung di квартал tersebut.

Template Improvement plan:

Judul: [judul project]

Tanggal Buat: [dd/mm/yyyy]

Tujuan: [untuk tujuan apa improvement plan ini dibuat]

Kriteria: [kriteria apakah project ini sudah termasuk sukses?]

Deadline: [kapan project ini harus selesai]

Budget: [perkiraan alokasi budget project]

Deskripsi: [deskripsi singkat tentang project ini. apa yang akan dilakukan, dimana, dan bagaimana.

Maksimum 3 kalimat]

Sample Improvement plan

1. Internal Knowledge Sharing

- Judul: Weekly Knowledge Sharing Session

- Tanggal Buat: 01/05/2025

- Tujuan: Meningkatkan pengetahuan tim melalui presentasi singkat dari masing-masing anggota

- Kriteria: Setiap anggota memberikan minimal 1 presentasi per bulan dan peserta memberikan feedback positif
- Deadline: 31/08/2025
- Budget: Rp0 – hanya perlu ruang rapat dan jadwal
- Deskripsi:
Setiap minggu, satu anggota tim mempresentasikan topik pendek (5-10 menit) seputar teknik pemasaran atau tren industri terbaru. Diskusi bersama untuk memperluas wawasan tim.

2. Online Certification Drive

- Judul: Free Online Marketing Course Completion
- Tanggal Buat: 05/05/2025
- Tujuan: Menambah keterampilan tim melalui kursus gratis online (misalnya dari platform edX, Coursera, atau Google)
- Kriteria: Minimal 2 anggota tim mendapat sertifikasi resmi dari kursus gratis yang relevan
- Deadline: 30/09/2025
- Budget: Rp0 – kursus gratis, hanya butuh waktu untuk belajar
- Deskripsi:

Tiap anggota tim memilih kursus online gratis terkait pemasaran digital atau analisis data. Lalu mereka saling berbagi pengetahuan yang diperoleh.

3. Book Club / Reading Circle

- Judul: Marketing Book Club
- Tanggal Buat: 10/05/2025
- Tujuan: Menambah wawasan melalui buku-buku pemasaran dan diskusi kelompok
- Kriteria: Setiap anggota menyelesaikan 1 buku terkait marketing dalam 2 bulan, lalu menyajikan ringkasan untuk tim
- Deadline: 30/07/2025
- Budget: Rp500.000 – untuk membeli 1-2 buku cetak bersama (atau gunakan ebook gratis jika ada)
- Deskripsi:

Tim memilih buku marketing yang relevan, membaca dan mendiskusikan isi setiap 2 minggu. Fokus pada ide baru dan penerapannya di proyek tim.

4. Mini Social Media Campaign Competition

- Judul: Low-Budget Social Media Campaign Challenge
- Tanggal Buat: 15/05/2025
- Tujuan: Melatih kreativitas dan pelaksanaan kampanye dengan dana terbatas
- Kriteria: Setiap anggota tim membuat 1 konsep konten yang menarik (dengan biaya promosi di bawah Rp250.000)
- Deadline: 31/07/2025
- Budget: Rp1.000.000 – dibagi untuk 4 tim/konten (masing-masing Rp250.000)
- Deskripsi:

Tim dibagi menjadi beberapa kelompok kecil, masing-masing merencanakan dan menjalankan kampanye media sosial murah. Pemenang ditentukan berdasarkan engagement (like, comment, share) dan kreativitas ide.

Template marketing strategi:

Judul: [judul project]

Tanggal Buat: [dd/mm/yyyy]

Tujuan: [untuk tujuan apa improvement plan ini dibuat]

Target: [Siapakah target market dalam marketing strategy ini]

Kriteria: [kriteria apakah project ini sudah termasuk sukses?]

Timeline: [tanggal tanggal vital untuk project ini]

Budget: [perkiraan alokasi budget project]

Taktik: [apa yang akan dilakukan, dimana, dan bagaimana]

Deskripsi: [deskripsi singkat tentang project ini. apa yang akan dilakukan, dimana, dan bagaimana.

Maksimum 3 kalimat]

Sample Marketing Strategy

1. Pameran Produk di Event Lokal

Judul: Pameran Produk di Bazaar UMKM

Tanggal Buat: 01/06/2025

Tujuan: Meningkatkan brand awareness dan menarik pelanggan baru

Target: Pengunjung event lokal yang relevan dengan produk kita

Kriteria: Tercapai minimal 50 kontak baru dan penjualan meningkat 10% pada bulan tersebut

Timeline: Persiapan 2 minggu sebelum acara, pameran 3 hari (25-27 Juni 2025)

Budget: Rp2.000.000 untuk sewa booth dan perlengkapan pameran

Taktik: Menata booth yang menarik, memberikan demo produk, membagikan brosur dan merchandise

Deskripsi: Bergabung dengan event lokal khusus UMKM di kota, menampilkan produk utama, dan melakukan pendekatan langsung kepada pengunjung untuk membangun relasi dan meningkatkan penjualan

2. Pembuatan dan Distribusi Brosur

Judul: Sebar Brosur Promosi ke Toko dan Komunitas

Tanggal Buat: 05/06/2025

Tujuan: Meningkatkan kesadaran pasar setempat dan mendorong lebih banyak kunjungan ke toko/website

Target: Konsumen lokal di sekitar area penjualan

Kriteria: Mencapai 30% peningkatan kunjungan toko/website dalam sebulan

Timeline: Desain brosur 1 minggu, cetak 1 minggu, distribusi 2 minggu

Budget: Rp1.000.000 untuk desain dan cetak 1.000 brosur

Taktik: Sebar brosur di toko bahan pokok, kantor kelurahan, dan komunitas sekitar

Deskripsi: Membuat brosur sederhana dengan penawaran khusus, kemudian didistribusikan ke area yang relevan agar konsumen tertarik mencoba produk

3. Revamp Website

Judul: Perbaikan Total Website Perusahaan

Tanggal Buat: 10/06/2025

Tujuan: Meningkatkan kepercayaan dan kemudahan bagi calon pembeli, serta mengoptimasi SEO

Target: Pengunjung online yang mencari produk sejenis, terutama usia 25–40 tahun

Kriteria: Waktu singgah (time on site) bertambah 20% dan penjualan online naik 15%

Timeline: Riset dan desain ulang 2 minggu, implementasi 2 minggu, testing 1 minggu

Budget: Rp3.000.000 untuk biaya web developer dan copywriter

Taktik: Desain user-friendly, konten baru yang jelas, optimasi SEO (keyword dan meta tags), integrasi platform pembayaran

Deskripsi: Mengganti tampilan website agar lebih modern dan mudah diakses, menambahkan halaman testimoni, serta memastikan proses pembelian online berjalan lancar

4. Email Campaign & LinkedIn Outreach

Judul: Menghubungi Pelanggan Lama dan Prospek Baru via Email & LinkedIn

Tanggal Buat: 15/06/2025

Tujuan: Menawarkan produk baru dan mengingatkan layanan lama untuk meningkatkan penjualan repeat order

Target: Pelanggan lama di database email dan kontak LinkedIn yang relevan dengan industri kita

Kriteria: Rasio balasan email 10% dan 5% di antaranya berujung pada penjualan

Timeline: Penyusunan email template 1 minggu, pengiriman email & pesan LinkedIn 2 minggu, follow-up 2 minggu

Budget: Rp500.000 untuk biaya email marketing tool (jika ada)

Taktik: Kirim email penawaran spesial ke database pelanggan lama, kirim pesan singkat di LinkedIn dengan link katalog produk

Deskripsi: Membuat dua template utama (untuk pelanggan lama dan prospek baru), mengirimkan pesan personal, lalu memantau respon dan menindaklanjuti prospek yang tertarik dengan penawaran

Photo & Video Specialist

Pengelolaan Tim Marketing

- Tujuan: Untuk mengukur kemampuan manajemen head of marketing kepada member timnya.
- Pengukuran: Rata-rata dari skor KPI dari semua member team marketing.
 - $(\text{[jumlah skor KPI team]} / \text{[jumlah personel]}) * 100\%$
- Target: KPI rata-rata member tim diatas 90%
- Frekuensi Audit: Perbulan di akhir bulan
- Sumber Data: Data KPI member Tim Marketing
- Bobot: 40%

Improvement Plan Tim Marketing

- Tujuan: Untuk memastikan adanya rencana peningkatan kinerja tim marketing.
- Pengukuran: Adanya improvement plan yang di ketahui oleh karyawan dan head
 - [jumlah improvement plan]
- Target: lebih dari 1 improvement plan per квартал
- Frekuensi Audit: Perkuartal di akhir квартал
- Sumber Data: Submisi improvement plan yang di tanda tangain oleh Direktur di google drive
- Bobot: 10%

Pengembangan Tim Marketing

- Tujuan: Untuk memastikan bahwa improvement plan tim marketing dijalankan
- Pengukuran: Adanya foto dan absensi per improvement plan dan target improvement plan tercapai
 - 3 kualitas yang diukur: foto, absensi, mencapai target. Target berbobot 2
 - $(\text{[adanya foto]} + \text{[absensi]} + 2 * \text{[target]}) / 4$
- Target: lebih dari 1 foto dan absensi per квартал
- Frekuensi Audit: Perkuartal di akhir квартал
- Sumber Data: Submisi foto dan absensi di folder google drive
- Bobot: 10%

Dokumentasi Marketing Strategi

- Tujuan: Untuk memastikan bahwa pembuatan marketing strategi sesuai dengan visi perusahaan.
- Pengukuran: Adanya marketing strategy yang di approve oleh head dan direktur.
 - Dalam Marketing Strategi minimal harus ada: Tujuan, Target Pencapaian, Target Audience, Taktik, Budget, Timeline

- [jumlah marketing strategy]
- Target: lebih dari 2 marketing strategy per квартал
- Frekuensi Audit: Perkuartal di akhir квартал
- Sumber Data: Submisi marketing strategi yang di tanda tangain oleh Direktur di google drive
- Bobot: 20%

Eksekusi Marketing Strategi

- Tujuan: Untuk memastikan bahwa marketing strategi dilaksanakan sesuai planning.
- Pengukuran: Kualitas eksekusi marketing strategi:
 - 3 kualitas yang diukur: Selesai on time, Mencapai target pencapaian, on budget
 - ([on time] + [target pencapaian] + [on budget])/ 3
- Target: lebih dari 2 marketing strategy memenuhi kriteria kualitas bagus per квартал
- Frekuensi Audit: Setiap selesai eksekusi strategi
- Sumber Data: dokumentasi marketing strategi di google drive
- Bobot: 20%

Catatan Tambahan

Definisi ontime: maksimal 1 minggu setelah tanggal deadline terjadi review.

Definisi on budget: $\pm 10\%$ dari estimasi

Implementasi harus sudah selesai untuk bisa dihitung di квартал tersebut.

Template Improvement plan:

Judul: [judul project]

Tanggal Buat: [dd/mm/yyyy]

Tujuan: [untuk tujuan apa improvement plan ini dibuat]

Kriteria: [kriteria apakah project ini sudah termasuk sukses?]

Deadline: [kapan project ini harus selesai]

Budget: [perkiraan alokasi budget project]

Deskripsi: [deskripsi singkat tentang project ini. apa yang akan dilakukan, dimana, dan bagaimana.

Maksimum 3 kalimat]

Sample Improvement plan

1. Internal Knowledge Sharing

- Judul: Weekly Knowledge Sharing Session

- Tanggal Buat: 01/05/2025

- Tujuan: Meningkatkan pengetahuan tim melalui presentasi singkat dari masing-masing anggota

- Kriteria: Setiap anggota memberikan minimal 1 presentasi per bulan dan peserta memberikan feedback positif
- Deadline: 31/08/2025
- Budget: Rp0 – hanya perlu ruang rapat dan jadwal
- Deskripsi:
Setiap minggu, satu anggota tim mempresentasikan topik pendek (5-10 menit) seputar teknik pemasaran atau tren industri terbaru. Diskusi bersama untuk memperluas wawasan tim.

2. Online Certification Drive

- Judul: Free Online Marketing Course Completion
- Tanggal Buat: 05/05/2025
- Tujuan: Menambah keterampilan tim melalui kursus gratis online (misalnya dari platform edX, Coursera, atau Google)
- Kriteria: Minimal 2 anggota tim mendapat sertifikasi resmi dari kursus gratis yang relevan
- Deadline: 30/09/2025
- Budget: Rp0 – kursus gratis, hanya butuh waktu untuk belajar
- Deskripsi:

Tiap anggota tim memilih kursus online gratis terkait pemasaran digital atau analisis data. Lalu mereka saling berbagi pengetahuan yang diperoleh.

3. Book Club / Reading Circle

- Judul: Marketing Book Club
- Tanggal Buat: 10/05/2025
- Tujuan: Menambah wawasan melalui buku-buku pemasaran dan diskusi kelompok
- Kriteria: Setiap anggota menyelesaikan 1 buku terkait marketing dalam 2 bulan, lalu menyajikan ringkasan untuk tim
- Deadline: 30/07/2025
- Budget: Rp500.000 – untuk membeli 1-2 buku cetak bersama (atau gunakan ebook gratis jika ada)
- Deskripsi:

Tim memilih buku marketing yang relevan, membaca dan mendiskusikan isi setiap 2 minggu. Fokus pada ide baru dan penerapannya di proyek tim.

4. Mini Social Media Campaign Competition

- Judul: Low-Budget Social Media Campaign Challenge
- Tanggal Buat: 15/05/2025
- Tujuan: Melatih kreativitas dan pelaksanaan kampanye dengan dana terbatas
- Kriteria: Setiap anggota tim membuat 1 konsep konten yang menarik (dengan biaya promosi di bawah Rp250.000)
- Deadline: 31/07/2025
- Budget: Rp1.000.000 – dibagi untuk 4 tim/konten (masing-masing Rp250.000)
- Deskripsi:

Tim dibagi menjadi beberapa kelompok kecil, masing-masing merencanakan dan menjalankan kampanye media sosial murah. Pemenang ditentukan berdasarkan engagement (like, comment, share) dan kreativitas ide.

Template marketing strategi:

Judul: [judul project]

Tanggal Buat: [dd/mm/yyyy]

Tujuan: [untuk tujuan apa improvement plan ini dibuat]

Target: [Siapakah target market dalam marketing strategy ini]

Kriteria: [kriteria apakah project ini sudah termasuk sukses?]

Timeline: [tanggal tanggal vital untuk project ini]

Budget: [perkiraan alokasi budget project]

Taktik: [apa yang akan dilakukan, dimana, dan bagaimana]

Deskripsi: [deskripsi singkat tentang project ini. apa yang akan dilakukan, dimana, dan bagaimana.

Maksimum 3 kalimat]

Sample Marketing Strategy

1. Pameran Produk di Event Lokal

Judul: Pameran Produk di Bazaar UMKM

Tanggal Buat: 01/06/2025

Tujuan: Meningkatkan brand awareness dan menarik pelanggan baru

Target: Pengunjung event lokal yang relevan dengan produk kita

Kriteria: Tercapai minimal 50 kontak baru dan penjualan meningkat 10% pada bulan tersebut

Timeline: Persiapan 2 minggu sebelum acara, pameran 3 hari (25-27 Juni 2025)

Budget: Rp2.000.000 untuk sewa booth dan perlengkapan pameran

Taktik: Menata booth yang menarik, memberikan demo produk, membagikan brosur dan merchandise

Deskripsi: Bergabung dengan event lokal khusus UMKM di kota, menampilkan produk utama, dan melakukan pendekatan langsung kepada pengunjung untuk membangun relasi dan meningkatkan penjualan

2. Pembuatan dan Distribusi Brosur

Judul: Sebar Brosur Promosi ke Toko dan Komunitas

Tanggal Buat: 05/06/2025

Tujuan: Meningkatkan kesadaran pasar setempat dan mendorong lebih banyak kunjungan ke toko/website

Target: Konsumen lokal di sekitar area penjualan

Kriteria: Mencapai 30% peningkatan kunjungan toko/website dalam sebulan

Timeline: Desain brosur 1 minggu, cetak 1 minggu, distribusi 2 minggu

Budget: Rp1.000.000 untuk desain dan cetak 1.000 brosur

Taktik: Sebar brosur di toko bahan pokok, kantor kelurahan, dan komunitas sekitar

Deskripsi: Membuat brosur sederhana dengan penawaran khusus, kemudian didistribusikan ke area yang relevan agar konsumen tertarik mencoba produk

3. Revamp Website

Judul: Perbaikan Total Website Perusahaan

Tanggal Buat: 10/06/2025

Tujuan: Meningkatkan kepercayaan dan kemudahan bagi calon pembeli, serta mengoptimasi SEO

Target: Pengunjung online yang mencari produk sejenis, terutama usia 25-40 tahun

Kriteria: Waktu singgah (time on site) bertambah 20% dan penjualan online naik 15%

Timeline: Riset dan desain ulang 2 minggu, implementasi 2 minggu, testing 1 minggu

Budget: Rp3.000.000 untuk biaya web developer dan copywriter

Taktik: Desain user-friendly, konten baru yang jelas, optimasi SEO (keyword dan meta tags), integrasi platform pembayaran

Deskripsi: Mengganti tampilan website agar lebih modern dan mudah diakses, menambahkan halaman testimoni, serta memastikan proses pembelian online berjalan lancar

4. Email Campaign & LinkedIn Outreach

Judul: Menghubungi Pelanggan Lama dan Prospek Baru via Email & LinkedIn

Tanggal Buat: 15/06/2025

Tujuan: Menawarkan produk baru dan mengingatkan layanan lama untuk meningkatkan penjualan repeat order

Target: Pelanggan lama di database email dan kontak LinkedIn yang relevan dengan industri kita

Kriteria: Rasio balasan email 10% dan 5% di antaranya berujung pada penjualan

Timeline: Penyusunan email template 1 minggu, pengiriman email & pesan LinkedIn 2 minggu, follow-up 2 minggu

Budget: Rp500.000 untuk biaya email marketing tool (jika ada)

Taktik: Kirim email penawaran spesial ke database pelanggan lama, kirim pesan singkat di LinkedIn dengan link katalog produk

Deskripsi: Membuat dua template utama (untuk pelanggan lama dan prospek baru), mengirimkan pesan personal, lalu memantau respon dan menindaklanjuti prospek yang tertarik dengan penawaran

Showroom Inventory Associate

Kesesuaian Data Stok dengan Fisik Produk

- Tujuan: Memastikan stok fisik dan data inventori sesuai untuk mengetahui jumlah stok produk yang akurat.
- Pengukuran: Memastikan jumlah stok fisik dan data inventory sama
 - Penempatan stok dibagi dengan sistem blok, yang terdiri dari Blok A - F (1-7), dan Blok G
 - Pengukuran dilakukan dengan pengundian Blok dan Sub Blok
 - $([1 - \text{Jumlah stok produk yang tidak sesuai}] / [\text{Total Produk dalam blok}]) \times 100\%$
- Target: Selisih antara stok fisik dan data inventory < 5%
- Frekuensi Audit: Per bulan dilakukan di minggu pertama awal bulan dilakukan dengan pengundian secara acak untuk menentukan waktu audit
- Sumber Data: Data base dan sistem inventory
- Bobot: 30%

Kecepatan Waktu Pembaharuan Data Inventory

- Tujuan: Menjaga akurasi dan keterbaruan data stok, memastikan barang yang keluar atau masuk tercatat tepat waktu.
- Pengukuran: Barang / Produk yang keluar atau masuk dari Showroom tercatat 1 x 24 jam
 - $[\text{Jumlah produk tercatat tepat waktu} / \text{total produj keluar atau masuk}] \times 100\%$
- Target: Target: 100%
- Frekuensi Audit: Per bulan dilakukan di minggu pertama awal bulan dilakukan dengan pengundian secara acak untuk menentukan waktu audit
- Sumber Data: Data base dan surat jalan
- Bobot: 20%

Pelabelan Pada Produk

- Tujuan: Menjamin setiap produk dilengkapi dengan label yang benar sesuai prosedur.
- Pengukuran: Mengecek produk yang masuk ke showroom apakah sudah lengkap dengan label dan surat jalan.
 - Area pengukuran diundi Blok dan sub blok
 - $[\text{Jumlah Produk dilabel tepat waktu} / \text{total produk masuk}] \times 100\%$
- Target: Target: 100%
- Frekuensi Audit: Per bulan dilakukan di minggu pertama awal bulan dilakukan dengan pengundian secara acak untuk menentukan waktu audit

- Sumber Data: Data base dan surat jalan
- Bobot: 10%

Kerusakan Produk

- Tujuan: Mengidentifikasi kerusakan produk dan memastikan tindakan perbaikan dilaporkan tepat waktu.
- Pengukuran: Melaporkan kerusakan produk ke tim terkait dalam 1 x 24 jam
 - $[\text{Jumlah pelaporan tepat waktu} / \text{total kerusakan produk}] \times 100\%$
- Target: Target: 100%
- Frekuensi Audit: Per bulan dilakukan di minggu pertama awal bulan dilakukan dengan pengundian secara acak untuk menentukan waktu audit
- Sumber Data: Log book dan surat jalan
- Bobot: 15%

Eskalasi Masalah

- Tujuan: Menjamin pertanyaan kompleks dari pelanggan diteruskan ke atasan (CRO atau Head of Marketing) dalam waktu yang cepat.
- Pengukuran: Meneruskan pertanyaan yang memerlukan jawaban lebih jelas dan rinci kepada CRO atau Head of Marketing dalam 15 menit setelah pertanyaan diterima.
 - $[\text{Jumlah pertanyaan diteruskan tepat waktu} / \text{total pertanyaan kompleks}] \times 100\%$
- Target: Target: 100%
- Frekuensi Audit: Per bulan dilakukan di minggu pertama awal bulan dilakukan dengan pengundian secara acak untuk menentukan waktu audit
- Sumber Data: Log book
- Bobot: 15%

Kehadiran Karyawan Tepat Waktu Sesuai Shift

- Tujuan: memastikan karyawan hadir sesuai shift yang telah ditentukan, menjaga produktivitas dan kelancaran operasional showroom
- Pengukuran: Melakukan pengecekan log absensi, dan log book apakah ada keterlambatan atau izin yang tidak sesuai prosedur
 - Log absensi karyawan
 - $[\text{Jumlah hari tepat waktu} / \text{total hari kerja}] \times 100\%$
- Target: Target: Minimal 95% dalam 1 bulan karyawan hadir tepat waktu
- Frekuensi Audit: Per bulan dilakukan di minggu pertama awal bulan dengan pengundian acak dalam menentukan hari audit
- Sumber Data: Log absensi dan log surat/buku ijin
- Bobot: 10%

Catatan Tambahan

Definisi akurat: data yang tercatat di dalam sistem atau database harus sesuai dengan keadaan nyata / fisik

Contoh :

Jika suatu produk tercatat dalam database sebagai "ada 50 unit," maka jumlah fisik produk yang ada di gudang atau showroom juga harus 50 unit. Jika ada selisih antara data dan kondisi fisik (misalnya tercatat 50 unit, tapi yang ada hanya 48 unit), maka data tersebut tidak akurat.

Definisi akurasi: tingkat kebenaran atau kesesuaian data

Definisi pertanyaan kompleks: memerlukan jawaban dari atasan atau orang dengan keahlian tertentu

Contoh :

Jika dalam Showroom Customer menanyakan apakah suatu produk dapat dipesan dengan ukuran yang ditentukan oleh Customer, maka yang bisa menjawab adalah bagian Customer Relations Officer & Order Coordinator, atau Head of Marketing

Definisi Ijin tidak sesuai prosedur: ijin yang tidak dilengkapi surat cuti, atau ijin yang disetujui atasan dan dicantumkan dalam log book ijin

Untuk pemeriksaan bulanan, semua data disiapkan sampai periode akhir bulan, untuk bisa dilakukan penilaian di minggu pertama bulan berikutnya

Showroom Operations & Cashier

Laporan Penjualan Petty Cash Akurat

- Tujuan: Agar transaksi keuangan sesuai dengan catatan dan tidak ada ketidaksesuaian antara uang yang diterima dan dilaporkan.
- Pengukuran: Pencocokan fisik uang dengan laporan transaksi
 - $([\text{Jumlah transaksi petty cash}] / [\text{Total transaksi}]) \times 100\%$
- Target: 100% jumlah nominal uang dan harga produk yang terjual harus sama
- Frekuensi Audit: Per bulan dilakukan di minggu pertama awal bulan dengan pengundian acak dalam menentukan hari audit
- Sumber Data: Buku penjualan showroom dan jurnal dari keuangan
- Bobot: 30%

Kehadiran Karyawan Tepat Waktu Sesuai Shift

- Tujuan: memastikan karyawan hadir sesuai shift yang telah ditentukan, menjaga produktivitas dan kelancaran operasional showroom
- Pengukuran: Melakukan pengecekan log absensi, dan log book apakah ada keterlambatan atau izin yang tidak sesuai prosedur
 - Log absensi karyawan
 - $[\text{Jumlah hari tepat waktu} / \text{total hari kerja}] \times 100\%$
- Target: Target: Minimal 95% dalam 1 bulan karyawan hadir tepat waktu
- Frekuensi Audit: Per bulan dilakukan di minggu pertama awal bulan dengan pengundian acak dalam menentukan hari audit
- Sumber Data: Log absensi dan log surat/buku ijin
- Bobot: 25%

Pelayanan Cashier

- Tujuan: Memberikan pelayanan yang cepat dan benar kepada pelanggan tanpa adanya kesalahan transaksi.
- Pengukuran: Transaksi benar dan tepat waktu
 - Jumlah kesalahan penerbitan nota
 - $([\text{Transaksi tanpa revisi nota}] / \text{Total transaksi}) \times 100\%$
- Target: Kenaikan 90% transaksi lancar dan tanpa revisi nota
- Frekuensi Audit: Per bulan dilakukan di minggu pertama awal bulan dengan pengundian acak dalam menentukan hari audit
- Sumber Data: Nota penjualan

- Bobot: 20%

Kebersihan Showroom

- Tujuan: Menjaga kebersihan dan kenyamanan showroom, yang akan berdampak pada pengalaman pelanggan.
 - Pengukuran: Memeriksa checklist kebersihan yang telah diisi oleh koordinator, dan memastikan bahwa kebersihan tercatat dengan baik setiap hari
 - [(jumlah checklist lengkap / jml hari kerja) x 100%]
 - Target: 95% pengecekan keberihan harian tanpa kendala
 - Frekuensi Audit: Seminggu 2 (dua) kali, hari dan jam audit ditetapkan dengan diundi sevara acak, hari dan waktu pengecekannya
 - Sumber Data: Checklist kebersihan
 - Bobot: 25%
-

Catatan Tambahan

Definisi Petty Cash: pembayaran langsung tanpa tempo

Definisi Ijin tidak sesuai prosedur: ijin yang tidak dilengkapi surat cuti, atau ijin yang disetujui atasan dan dicantumkan dalam log book ijin

Definisi checklist; lembar pengecekan yang harus diisi jika sudah melakukan pekerjaan

Check List Kebersihan harian meliputi :

1. Kebersihan halaman depan & taman (halaman bersih dari sampah; bersih dari sisa daun kering)
2. Kebersihan pintu masuk (3 pintu masuk bersih dari debu; rel pintu dapat berfungsi dengan baik)
3. Kebersihan jendela (bersih debu, kotoran cicak dan sarang laba-laba; dapat dibuka dan ditutup dengan baik)
4. Kebersihan area kantor (membuang sampah berkala; meja dan kursi kerja bersih dan rapi)
5. Menyapu toko
6. Mengepel toko
7. Produk display bersih dari debu
8. Rak display bersih dari debu
9. Membuang sampah berkala
10. Pemeliharaan tanaman (tanaman disiram; tanaman dikeluarkan agar terkena sinar matahari; memotong daun yang sudah kering)
11. Ruang meeting rapi (meja dan kursi tersusun rapi;papan tulis bersih)
12. Kebersihan toilet (lantai berih dan tidak licin; wastafel bersih dari sampah; lampu toilet berfungsi baik; air mengalir)
13. Tersedia tisu

14. Kebersihan mushola (lantai bersih dari debu; mukena dan sajadah rapi dan dalam kondisi wangi)
15. Kaset dalam keadaan kering dan bersih

Untuk pemeriksaan bulanan, semua data disiapkan sampai periode akhir bulan, untuk bisa dilakukan penilaian di minggu pertama bulan berikutnya

Showroom Operations

Support

Kebersihan Showroom

- Tujuan: Melakukan kebersihan secara berkala
- Pengukuran: Pengecekan dilakukan dengan checklist
 - [(jumlah checklist lengkap / jumlah hari kerja) x 100%]
- Target: 95% pengecekan kebersihan harian tanpa kendala
- Frekuensi Audit: Seminggu 2 (dua) kali, hari dan jam audit ditetapkan dengan diundi secara acak untuk menentukan hari dan jam pemeriksaan
- Sumber Data: Checklist kebersihan
- Bobot: 80%

Kehadiran Karyawan Tepat Waktu Sesuai Shift

- Tujuan: memastikan karyawan hadir sesuai shift yang telah ditentukan, menjaga produktivitas dan kelancaran operasional showroom
- Pengukuran: Melakukan pengecekan log absensi, dan log book apakah ada keterlambatan atau izin yang tidak sesuai prosedur
 - Log absensi karyawan
 - [Jumlah hari tepat waktu / total hari kerja] x 100%
- Target: Target: Minimal 95% dalam 1 bulan karyawan hadir tepat waktu
- Frekuensi Audit: Per bulan dilakukan di minggu pertama awal bulan dengan pengundian acak dalam menentukan hari audit
- Sumber Data: Log absensi dan log surat/buku ijin
- Bobot: 20%

Catatan Tambahan

Definisi lengkap: kegiatan yang tercantum dalam checklist dilakukan setiap hari

Check List Kebersihan harian meliputi :

1. Kebersihan halaman depan & taman (halaman bersih dari sampah; bersih dari sisa daun kering)
2. Kebersihan pintu masuk (3 pintu masuk bersih dari debu; rel pintu dapat berfungsi dengan baik)
3. Kebersihan jendela (bersih debu, kotoran cicak dan sarang laba-laba; dapat dibuka dan ditutup dengan baik)

4. Kebersihan area kantor (membuang sampah berkala; meja dan kursi kerja bersih dan rapi)
5. Menyapu toko
6. Mengepel toko
7. Produk display bersih dari debu
8. Rak display bersih dari debu
9. Membuang sampah berkala
10. Pemeliharaan tanaman (tanaman disiram; tanaman dikeluarkan agar terkena sinar matahari; memotong daun yang sudah kering)
11. Ruang meeting rapi (meja dan kursi tersusun rapi;papan tulis bersih)
12. Kebersihan toilet (lantai bersih dan tidak licin; wastafel bersih dari sampah; lampu toilet berfungsi baik; air mengalir)
13. Tersedia tisu
14. Kebersihan mushola (lantai bersih dari debu; mukena dan sajadah rapi dan dalam kondisi wangi)
15. Kaset dalam keadaan kering dan bersih

Definisi Ijin tidak sesuai prosedur: ijin yang tidak dilengkapi surat cuti, atau ijin yang disetujui atasan dan dicantumkan dalam log book ijin

Untuk pemeriksaan bulanan, semua data disiapkan sampai periode akhir bulan, untuk bisa dilakukan penilaian di minggu pertama bulan berikutnya

Skema Bonus dan Pengaruh Gaji KPI

Bonus

Setiap quarter, 25% dari net profit (selisih antara pemasukan dan target) akan dialokasikan ke dalam tabungan bonus untuk karyawan, asalkan pemasukan melebihi target yang ditetapkan.

Target tahun 2025: **Rp3.600.000.000** per quarter.

Target akan naik 2,5% per tahun. Bunga ber Bunga

Contoh:

- Tahun 2025: Target = Rp3.600.000.000
- Per Januari 2026: Target = Rp3.690.000.000
- Per Januari 2027: Target = Rp3.782.250.000
- Per Januari 2028: Target = Rp3.876.806.250

Jika Target di tahun ini tidak tercapai selama lebih dari 2 quarter, tidak ada kenaikan target untuk tahun depan

Contoh Perhitungan Bonus:

1. Sample 1:

- Pemasukan per quarter = Rp3.800.000.000
- Net Profit = $Rp3.800.000.000 - Rp3.600.000.000 = Rp200.000.000$
- Bonus yang dialokasikan = $25\% \times Rp200.000.000 = Rp50.000.000$
- Bonus ini akan didistribusikan kepada karyawan sesuai skema bonus yang telah ditetapkan.

2. Sample 2:

- Pemasukan per quarter = Rp4.000.000.000
- Net Profit = $Rp4.000.000.000 - Rp3.600.000.000 = Rp400.000.000$
- Bonus yang dialokasikan = $25\% \times Rp400.000.000 = Rp100.000.000$

3. Sample 3:

- Pemasukan per quarter = Rp3.600.000.000 (tepat pada target)
- Net Profit = Rp0 (tidak ada kelebihan)
- Bonus yang dialokasikan = $25\% \times Rp0 = Rp0$

4. Sample 4:

- Pemasukan per quarter = Rp3.700.000.000

- Net Profit = Rp3.700.000.000 - Rp3.600.000.000 = Rp100.000.000

- Bonus yang dialokasikan = 25% x Rp100.000.000 = Rp25.000.000

Gaji Pokok

Evaluasi improvement points

1. Mencari Peluang (Opportunity Seeking)

Pertanyaan: Apakah orang ini pernah menunjukkan inisiatif untuk mencari cara baru atau peluang perbaikan dalam pekerjaan?

Contoh Perilaku:

- Mengusulkan desain baru berdasarkan tren pasar.
 - Menyarankan cara potong bahan agar lebih hemat.
 - Menemukan cara menggunakan sisa material untuk produk lain.
 - Memberi ide agar proses kerja lebih cepat.
 - Bertanya apakah produk bisa dijual di tempat baru.
-

2. Gigih (Persistence)

Pertanyaan: Apakah orang ini tetap berusaha walau menghadapi hambatan, penolakan, atau kesulitan?

Contoh Perilaku:

- Mengulang kerjaan yang gagal sampai berhasil.
 - Tetap bekerja meskipun alat rusak atau situasi tidak ideal.
 - Sering follow-up ke klien atau rekan kerja tanpa menyerah.
 - Mencoba pendekatan berbeda saat cara pertama gagal.
 - Menyelesaikan target meskipun sempat tertunda.
-

3. Komitmen terhadap Pekerjaan (Commitment to Work)

Pertanyaan: Apakah orang ini menunjukkan tanggung jawab tinggi dan siap menyelesaikan tugas dengan sungguh-sungguh?

Contoh Perilaku:

- Mau lembur agar pengiriman tidak terlambat.
 - Datang kerja walau ada halangan pribadi.
 - Bantu pekerjaan orang lain supaya tim selesai bersama.
 - Tidak menunda pekerjaan meski tidak diawasi.
 - Memastikan hasil akhir sesuai standar, bukan asal jadi.
-

4. Menuntut Efisiensi dan Kualitas (Demand for Efficiency & Quality)

Pertanyaan: Apakah orang ini aktif mencari cara kerja yang lebih rapi, cepat, atau berkualitas?

Contoh Perilaku:

- Merapikan alat dan area kerja tanpa diminta.
 - Mencatat kesalahan untuk diperbaiki di masa depan.
 - Usul pola kerja baru supaya tidak boros waktu.
 - Konsisten memeriksa hasil sebelum pindah ke proses berikutnya.
 - Membuat sistem penyimpanan alat atau bahan yang lebih teratur.
-

5. Berani Ambil Risiko (Risk Taking)

Pertanyaan: Apakah orang ini pernah mencoba pendekatan baru tanpa kepastian penuh bahwa hasilnya akan berhasil?

Contoh Perilaku:

- Mencoba teknik pewarnaan baru.
 - Minta tanggung jawab baru meskipun belum pernah melakukannya.
 - Mengusulkan bentuk patung yang belum ada sebelumnya.
 - Mengambil keputusan saat atasan tidak ada.
 - Menerima pesanan model eksperimen dari klien.
-

6. Menetapkan Tujuan (Goal Setting)

Pertanyaan: Apakah orang ini punya target pribadi atau kelompok, dan terlihat berusaha mencapainya?

Contoh Perilaku:

- Menulis target mingguan di papan kerja.
 - Membuat rencana untuk belajar mesin baru.
 - Mendorong tim mencapai kuota produksi bersama.
 - Menetapkan target pribadi dalam hasil kerja.
 - Bertanya, “Kalau minggu ini saya bisa selesaikan 40 unit, ada insentif nggak?”
-

7. Mencari Informasi (Information Seeking)

Pertanyaan: Apakah orang ini aktif mencari informasi, bertanya, atau belajar hal baru untuk meningkatkan hasil kerja?

Contoh Perilaku:

- Menonton video tutorial teknik baru.
 - Bertanya ke bagian lain soal penggunaan alat.
 - Inisiatif minta pelatihan lanjutan.
 - Mencari tahu harga bahan alternatif ke supplier.
 - Membaca kembali SOP saat ragu prosedur.
-

8. Rencana Sistematis (Systematic Planning)

Pertanyaan: Apakah orang ini menunjukkan pola kerja yang teratur dan bisa merencanakan langkah-langkah secara jelas?

Contoh Perilaku:

- Membuat jadwal kerja harian sebelum mulai produksi.
 - Menyiapkan bahan kerja sehari sebelum digunakan.
 - Menyusun prioritas tugas saat beban kerja tinggi.
 - Mengatur area kerja berdasarkan urutan proses.
 - Memberi tahu tim kapan satu pekerjaan selesai dan bisa dilanjutkan.
-

9. Mempengaruhi dan Membangun Relasi (Persuasion & Networking)

Pertanyaan: Apakah orang ini bisa berkomunikasi dengan baik, meyakinkan orang lain, atau menjaga hubungan kerja yang baik?

Contoh Perilaku:

- Mengajak rekan kerja membantu inisiatif tertentu.
 - Menjelaskan ide kepada atasan dengan jelas dan logis.
 - Membangun hubungan baik dengan klien atau supplier.
 - Menenangkan konflik kecil antar tim.
 - Membantu rekan kerja memahami SOP atau perubahan sistem.
-

10. Percaya Diri (Self-Confidence)

Pertanyaan: Apakah orang ini menunjukkan keyakinan diri saat bekerja, dan tidak takut ambil keputusan dalam batas tanggung jawabnya?

Contoh Perilaku:

- Berani mengusulkan solusi saat ada masalah produksi.
 - Menyampaikan pendapat di rapat tanpa ragu.
 - Ambil alih tanggung jawab saat rekan tidak hadir.
 - Bertindak cepat saat ada kendala tanpa tunggu perintah.
 - Memimpin koordinasi kecil di dalam tim.
-

KPI Kepala Produksi

KEPALA PRODUKSI

1. Ketepatan Penyelesaian Produksi sesuai Order List dan Memo

Tujuan: Mengukur kemampuan Kepala Produksi dalam memastikan penyelesaian pekerjaan produksi sesuai dengan target waktu yang tercantum pada Order List (OL) maupun Memo (untuk pembuatan model baru dan eksperimen), sehingga jadwal produksi dan pengembangan model baru tidak tertunda.

Rumus Pengukuran :

$$[\text{Jumlah OL + Memo selesai tepat waktu}] / [\text{Total OL + Memo yang dijadwalkan}] \times 100\%$$

Target : \geq 95% OL + Memo selesai tepat waktu

Frekuensi Audit : Bulanan

Sumber data :

1. Order List
2. Memo
3. Monitoring OL
4. Monitoring Memo
5. Monitoring inventory / gudang 3 (nurul)

Bobot : 35%

Catatan tambahan : • Definisi tepat waktu : Order diselesaikan dan tercatat di gudang (barang siap untuk proses packing) paling lambat sesuai dengan deadline yang tercantum dalam OL pada bulan audit

- Definisi tidak tepat waktu : Order tercatat di gudang melewati deadline OL, sehingga penyelesaian dianggap terlambat.

- Dasar Perhitungan Data:

1. Ambil daftar order yang memiliki deadline pada bulan audit (berdasarkan OL).
2. Cek di inventory/logbook gudang apakah order tersebut sudah selesai (barang masuk gudang & siap untuk proses packing) sesuai deadline di OL.
3. Hitung jumlah order yang selesai tepat waktu dibandingkan total order dengan deadline bulan tersebut.

2. Efektivitas Output Produksi Masuk Sistem Inventory

Tujuan : Mengukur kemampuan Kepala Produksi dalam memastikan hasil produksi memenuhi standar kualitas dan dapat diterima oleh sistem inventory (artinya lolos QC dan siap diproses ke tahap berikutnya). Semakin tinggi persentasenya, semakin efektif pengawasan proses produksi dan semakin baik kualitas hasil kerja tim produksi.

Rumus Pengukuran :

$$\frac{[\text{Jumlah produk masuk inventory}]}{[\text{Total produk target bulan audit}]} \times 100\%$$

Target : \geq 97% produk masuk sistem inventory

Frekuensi Audit : Bulanan

Sumber data :

1. Order List (OL)
2. Monitoring inventory / gudang 3 (nurul)

Bobot : 25%

Catatan Tambahan :

- Produk yang tercatat di sistem inventory berarti telah lolos QC dan siap diproses ke tahap berikutnya (packing atau pengiriman).
- Produk yang belum masuk sistem dianggap belum memenuhi standar atau belum diselesaikan secara sempurna.

- Indikator ini tidak menggantikan peran QC, karena QC tetap melakukan pemeriksaan teknis produk. Kepala Produksi diukur dari efektivitas pengawasan proses produksi agar produk dapat diterima QC dan masuk inventory tanpa revisi.
- Penghitungan KPI didasarkan pada bulan realisasi produk masuk inventory, bukan deadline OL.
- Contoh: OL yang targetnya Desember tetapi sebagian selesai di November, hanya dihitung pada November.
- Semakin tinggi rasio produk yang masuk inventory, semakin rendah tingkat kegagalan produksi, yang mencerminkan efektivitas pengawasan kualitas oleh Kepala Produksi.

3. Efektivitas Pengaturan Sumber Daya Manusia (SDM), Efisiensi Jam Kerja & Lembur

Pemisahan aktivitas SDM meliputi :

1. Untuk proses produksi (mengerjakan OL, karyawan yang ada dalam divisi produksi, gudang, finishing, packing, dll)
2. Untuk proses supporting produksi (mengerjakan WO, contoh Bagian Teknisi, Bangunan, dll)

Tujuan : Mengukur kemampuan Kepala Produksi dalam mengatur SDM agar pekerjaan produksi (OL) maupun supporting produksi (WO) selesai tepat waktu tanpa menimbulkan kebutuhan lembur akibat ketidakefisienan internal.

Rumus pengukuran :

$$[\text{Jumlah OL + WO selesai tepat waktu tanpa lembur}] / [\text{Total OL + WO pada bulan audit}] \times 100\%$$

Target : $\geq 90\%$ OL dan WO selesai tepat waktu tanpa lembur

Frekuensi audit : bulanan

Sumber data :

1. Order List
2. Work Order
3. Monitoring inventory / gudang 3 (nurul) database
4. Absensi
5. Surat Perintah Lembur / SPL

Bobot : 25%

Catatan tambahan :

- Lembur dihitung apabila melebihi jam kerja normal (08.00–16.00) dan terjadi karena pekerjaan yang seharusnya dapat diselesaikan dalam jam kerja normal tertunda akibat kurang optimalnya alokasi tenaga kerja, koordinasi, atau perencanaan waktu.
- Surat Perintah Lembur (SPL) resmi divalidasi oleh Kepala Produksi.
- Keterlambatan/kelebihan kerja akibat faktor eksternal (force majeure, revisi desain mendadak, kebijakan manajemen) tidak dibebankan pada Kepala Produksi.
- Work Order (WO): instruksi resmi dan tertulis yang divalidasi oleh Kepala Produksi, berisi tugas pendukung proses produksi (supporting production) yang tidak langsung berupa produksi barang utama (OL), tetapi tetap penting agar target produksi tercapai. Output WO meliputi: kesiapan alat, perbaikan, kesiapan fasilitas, atau dukungan proses.
- Work Order (WO) yang dihitung sebagai sumber data adalah WO resmi dan tertulis, divalidasi oleh Kepala Produksi, serta berdampak langsung pada kelancaran OL.

4. Manajemen Komplain Produksi

Tujuan : Mengukur kemampuan Kepala Produksi dalam menindaklanjuti dan menyelesaikan komplain terkait hasil produksi, sehingga kualitas produk yang diterima pelanggan sesuai standar perusahaan

Rumus pengukuran :

$$\frac{[\text{Jumlah komplain terkait produksi yang ditindaklanjuti dan selesai}]}{[\text{Jumlah total komplain}]} \times 100\%$$

Target : $\geq 95\%$ komplain diselesaikan Frekuensi audit : bulanan

Sumber data :

1. Data complain tertulis
2. Laporan penanganan komplain

Bobot : 15%

Catatan tambahan :

- Definisi selesai : komplain yang ditindaklanjuti dengan perbaikan, penggantian, atau solusi lain sesuai standar perusahaan, dan telah disetujui QC/manajemen sebagai penyelesaian resmi

- Komplain dihitung hanya yang berkaitan dengan hasil produksi (cacat, ukuran, spesifikasi, finishing).
- Komplain karena faktor eksternal (pengiriman, penyimpanan di pelanggan) tidak masuk tanggung jawab Kepala Produksi.
- Penyelesaian komplain = tindak lanjut resmi yang disetujui QC/manajemen (perbaikan, penggantian, atau tindakan korektif lain yang diterima).
- Kepala Produksi wajib mendokumentasikan tindak lanjut sebagai evaluasi pencegahan..

Penilaian KPI Kepala Produksi Bulan September 2025

Kepala Produksi : Pak Qirun

No	KPI	Rumus	Data	Pencapaian (%)	Target	Bobot (%)	Skor (%) = Pencapaian x Bobot	Keterangan
1	Ketepatan Penyelesaian Produksi sesuai OL dan Memo	$[\text{Jumlah OL} + \text{Memo selesai tepat waktu}] / [\text{Total OL} + \text{Memo yang dijadwalkan}] \times 100\%$	OL 10 dari 23 OL tidak tepat waktu, Memo: 1 dari 3 memo tidak tercapai	57,69	$\geq 95\%$ OL + Memo selesai tepat waktu	35	20,19	OL tidak tercapai: 131,139,141,143,149,158,160,161,164,189; Memo tidak tercapai: 102
2	Efektivitas Output Produksi Masuk Sistem Inventory	$[\text{Jumlah produk masuk inventory}] / [\text{Total produk target bulan audit}] \times 100\%$	target OL: 613, masuk inventory 544	88,74	$\geq 97\%$ produk masuk sistem inventory	25	22,19	OL: 131,133,138,139,140,141,142,143,146,149,158,160,161,162,164,165,171,179,180,182,184,185,189; Memo: L100,102,103

No	KPI	Rumus	Data	Pencapaian (%)	Target	Bobot(%)	Skor (%) = Pencapaian x Bobot	Keterangan
3	Efektivitas Pengaturan SDM, Efisiensi Jam Kerja & Lembur	[Jumlah OL+WO selesai tepat waktu tanpa lembur] / [Total OL+WO pada bulan audit] x 100%	OL + Memo + WO = 48, OL lembur; 1 OL No. 131	97,92	≥ 90% OL dan WO selesai tepat waktu tanpa lembur	25	24,48	OL 131: pekerjaan lembur
4	Manajemen Komplain Produksi	[Jumlah komplain terkait produksi yang ditindaklanjuti dan selesai] / [Total komplain] x 100%	jumlah komplain ada 3, dan semua selesai	100,00	≥ 95% komplain diselesaikan	15	15,00	John Paxton, Bu Tuty, Windward Perth

Total Skor: 81,86

Koordinator Pelaksana Produksi

KOORDINATOR PELAKSANA PRODUKSI

1. Pelaksanaan Produksi Tepat Waktu dan Validasi Data Penyelesaian

Tujuan: Mendukung Kepala Produksi dalam memastikan seluruh pekerjaan produksi—baik berdasarkan Order List maupun Memo—terlaksana tepat waktu dan terdokumentasi dengan akurat. Koordinator bertanggung jawab atas pemantauan progres harian di lapangan, serta memastikan bahwa data penyelesaian yang dilaporkan sesuai dengan kondisi aktual dan telah diverifikasi di sistem inventory

Rumus Pengukuran :

$$\frac{[\text{Jumlah OL + Memo selesai tepat waktu dan terverifikasi}]}{[\text{Total OL + Memo yang dijadwalkan}]} \times 100\%$$

Target : $\geq 95\%$ OL + Memo selesai tepat waktu

Frekuensi Audit : Bulanan

Sumber data :

1. Order List
2. Memo Pekerjaan non OL
3. Monitoring OL
4. Monitoring Memo

5. Database Inventory Gudang (Nurul) Bobot : 35%

Catatan tambahan :

- Koordinator memastikan seluruh data penyelesaian produksi—termasuk produk uji, model baru, dan eksperimen—sesuai jadwal yang ditetapkan oleh Kepala Produksi. Setiap progres harus tercatat lengkap dan didukung bukti yang sah (inventory, foto, atau logbook). Bila ditemukan perbedaan antara data lapangan dan sistem, Koordinator wajib melakukan klarifikasi serta memperbarui laporan agar validitas data terjamin

2. Monitoring dan Dokumentasi Kualitas Produksi

Tujuan : Menjamin bahwa seluruh proses dan hasil produksi terdokumentasi dengan benar dan valid, sehingga Kepala Produksi memiliki data yang akurat untuk mengendalikan kualitas dan menghitung efektivitas output.

Rumus Pengukuran :

$$\frac{[\text{Jumlah produk lolos QC dan tercatat dalam sistem inventory}] / [\text{Total produk yang masuk inventory bulan audit}] \times 100\%}{}$$

Target : $\geq 97\%$ produk masuk sistem inventory

Frekuensi Audit : Bulanan

Sumber data :

1. Order List (OL)
2. Database Inventory Gudang (Nurul)

Bobot : 25%

Catatan Tambahan :

- Koordinator tidak menilai mutu produk (itu domain QC dan Kepala Produksi), tetapi menjamin keakuratan data kualitas dari seluruh proses produksi, yaitu:
 1. memastikan laporan hasil QC lapangan tercatat benar,
 2. memverifikasi data produk masuk inventory,
 3. melaporkan revisi produk secara real-time dan terdokumentasi.
- Jadi, target untuk Koordinator bukan tentang “berapa banyak produk bagus”, tetapi berapa akurat dan lengkap data kualitas yang dia sajikan untuk Kepala Produksi

3. Efektivitas Pengaturan Sumber Daya Manusia (SDM), Efisiensi Jam Kerja & Lembur

Pemisahan aktivitas SDM meliputi :

1. Untuk proses produksi (mengerjakan OL, karyawan yang ada dalam divisi produksi, gudang, finishing, packing, dll)
2. Untuk proses supporting produksi (mengerjakan WO, contoh Bagian Teknisi, Bangunan, dll)

Tujuan : Mendukung efektivitas penugasan tenaga kerja harian sesuai arahan Kepala Produksi serta memastikan keakuratan dan validitas data kehadiran, lembur, dan progres kerja sebagai dasar evaluasi produktivitas tim produksi. Koordinator berperan memastikan pembagian tenaga kerja sesuai beban kerja tiap OL dan WO, mengawasi realisasi waktu kerja, serta memastikan semua data kehadiran dan lembur terdokumentasi dengan benar dan telah disetujui oleh Kepala Produksi.

Rumus pengukuran :

$$\frac{[\text{Jumlah OL + WO selesai tepat waktu tanpa lembur}]}{[\text{Total OL + WO pada bulan audit}]} \times 100\%$$

Target : $\geq 90\%$ OL dan WO selesai tepat waktu tanpa lembur

Frekuensi audit : bulanan

Sumber data :

1. Order List
2. Work Order
3. Database Inventory Gudang (Nurul)
4. Absensi
5. Surat Perintah Lembur / SPL

Bobot : 15%

Catatan tambahan :

- Koordinator mencatat realisasi kerja harian dan penggunaan tenaga sesuai arahan Kepala Produksi.

- Memastikan data absensi, lembur, dan progres kerja tercatat dengan benar dan dilengkapi SPL yang sah.
- Data yang disusun menjadi referensi akurat bagi Kepala Produksi untuk menilai efisiensi jam kerja dan kebutuhan SDM.
- Jika ada perbedaan antara laporan dan absensi, Koordinator wajib klarifikasi sebelum audit.

4. Penanganan Komplain dan Eskalasi Kendala Produksi

Tujuan : Menjamin setiap komplain dan kendala selama proses produksi terdokumentasi dengan lengkap, ditindaklanjuti sesuai arahan Kepala Produksi, dan diselesaikan tepat waktu. Koordinator berperan dalam mencatat, melaporkan kronologi, serta memastikan bukti tindak lanjut tersimpan dengan benar sebagai referensi evaluasi mutu dan efisiensi produksi.

Rumus pengukuran :

$$\frac{[\text{Jumlah komplain dan kendala yang ditindaklanjuti dan selesai}]}{[\text{Jumlah total komplain}]} \times 100\%$$

Target : \geq 95% komplain diselesaikan

Frekuensi audit : bulanan

Sumber data :

1. Data komplain tertulis
2. Laporan penanganan komplain
3. Laporan eskalasi ke Kepala Produksi

Bobot : 25%

Catatan tambahan :

- Semua komplain dan kendala harus dicatat secara tertulis dengan bukti pendukung (foto, hasil revisi, atau notulen koordinasi).
- Koordinator memastikan tindak lanjut dan hasil penyelesaian terdokumentasi lengkap serta dilaporkan ke Kepala Produksi.
- Fokus penilaian ada pada kelengkapan dan keakuratan dokumentasi, bukan penyelesaian teknisnya.

Penilaian KPI Koordinator Pelaksana Produksi bulan September 2025

Koordinator Pelaksana Produksi : Naufan Fadhila

Data : Oktober 2025

No	KPI	Rumus	Data	Penghitungan(%)	Target	Bobot(%)	Skor(%)	Keterangan
1	Pelaksanaan Produksi Tepat Waktu dan Validasi Data Penyelesaian	$[\text{Jumlah OL} + \text{Memo selesai tepat waktu}] / [\text{Total OL} + \text{Memo}] \times 100\%$	OL 17 tercapai 13; Memo 16 tercapai 12	75,76	$\geq 95\%$ OL + Memo selesai tepat waktu	35	26,52	OL telat:167, 172,187,204; Memo telat:133, 125,121,112; Phillips 3 OL tdk tercapai
2	Monitoring dan Dokumentasi Kualitas Produksi	$[\text{Jumlah produk masuk inventory}] / [\text{Total target bulan}] \times 100\%$	OL 185/185; Memo 55/55	100,00	$\geq 97\%$ produk masuk sistem inventory	25	25,00	OL no 163 belum masuk inventory sesuai QTY
3	Efektivitas Pengaturan Sumber Daya Manusia (SDM), Efisiensi Jam Kerja & Lembur	$[\text{OL} + \text{WO selesai tepat waktu tanpa lembur}] / [\text{Total OL} + \text{WO}] \times 100\%$	Tidak ada lembur	100,00	$\geq 90\%$ OL & WO selesai tepat waktu	15	15,00	

No	KPI	Rumus	Data	Penghitungan(%)	Target	Bobot(%)	Skor(%)	Keterangan
4	Penanganan Komplain dan Eskalasi Kendala Produksi	$\frac{[\text{Komplain selesai}]}{[\text{Total komplain}]} \times 100\%$	Komplain 2, masih proses	100,00	$\geq 95\%$ komplain diselesaikan	25	25,00	Pak Ali Hanafi, Bu Endah

Total Skor : 91,52

KPI Sales & Marketing Manager

SALES & MARKETING MANAGER

Pencapaian Target Penjualan dan Kinerja Tim Marketing

Tujuan : Mengukur keberhasilan Sales & Marketing Manager dalam memastikan pencapaian target penjualan dan kinerja seluruh tim marketing melalui perencanaan, pengawasan, serta pelaksanaan strategi yang efektif, baik melalui pesanan maupun penjualan langsung di Gallery.

Rumus pengukuran :

$$\frac{[\text{Total realisasi penjualan dari seluruh sumber penjualan}]}{[\text{Total target penjualan perusahaan}]} \times 100\%$$

Target : $\geq 95\%$ target tercapai

Frekuensi audit : Kuartalan (3 bulanan)

Sumber data :

1. Laporan KPI masing-masing tim marketing
2. Laporan hasil penjualan perusahaan Bobot : 45%

Catatan tambahan :

- Penilaian mencakup hasil gabungan dari seluruh aktivitas penjualan perusahaan, baik yang berasal dari pesanan pelanggan maupun transaksi langsung di Gallery. Semua kegiatan promosi, kampanye, dan event yang berkontribusi terhadap peningkatan penjualan dari kedua sumber tersebut termasuk dalam pengukuran.

Perbaiki Kinerja dan Continuous Improvement

Tujuan : Menilai kemampuan Sales & Marketing Manager dalam menjalankan rencana kerja dan strategi marketing agar semua kegiatan terlaksana tepat waktu, sesuai rencana, menggunakan anggaran dengan efisien, serta mendorong perbaikan berkelanjutan dari hasil evaluasi kinerja sebelumnya.

Rumus pengukuran :

[Jumlah kegiatan marketing yang selesai sesuai rencana] / [Total kegiatan marketing yang direncanakan] x 100%

Target : $\geq 85\%$ kegiatan marketing terlaksana sesuai rencana, dan penggunaan anggaran tidak melebihi 100% dari rencana yang disetujui.

Frekuensi audit : Kuartalan (3 bulanan)

Sumber data :

1. Wiki Timboel
2. Notulen Meeting
3. Laporan hasil pelaksanaan event atau promosi.
4. Laporan penggunaan anggaran marketing.

Bobot : 35 %

Catatan tambahan :

- Penilaian mencakup semua kegiatan marketing, baik yang mendukung penjualan melalui pesanan maupun penjualan langsung di Gallery. Kegiatan dianggap berhasil bila dilaksanakan tepat waktu, sesuai rencana, dan memberikan hasil nyata, seperti peningkatan minat pelanggan, promosi berjalan lancar, atau event terlaksana sesuai tujuan. Penggunaan anggaran yang hemat tanpa menurunkan kualitas kegiatan menjadi nilai tambah dalam penilaian ini.

Strategi Pengembangan Pasar dan Branding

Tujuan : Memastikan Sales & Marketing Manager mampu mengembangkan potensi pasar baru, memperluas jangkauan brand, serta meningkatkan minat dan kepercayaan pelanggan terhadap produk perusahaan

Rumus pengukuran :

[Jumlah inisiatif/kegiatan yang menghasilkan prospek baru, kerja sama, atau sumber penjualan tambahan] / [Total inisiatif yang direncanakan] x 100%

Target : \geq 80% inisiatif terlaksana

Frekuensi audit : Kuartalan (3 bulanan)

Sumber data :

1. Log pengembangan pasar dan branding
2. Dokumentasi aktivitas promosi atau kerjasama
3. Laporan hasil kampanye digital maupun offline

Bobot : 20%

Catatan tambahan :

- Kegiatan yang dinilai meliputi berbagai upaya perluasan pasar dan peningkatan citra brand, seperti kolaborasi dengan pihak eksternal, pembukaan area distribusi baru, promosi di media digital, atau optimalisasi penjualan melalui Gallery.
- Suatu kegiatan dianggap berhasil bila menghasilkan prospek baru, peningkatan pelanggan, kerja sama yang berjalan, atau adanya peningkatan keterlibatan pelanggan (engagement).
- Semua hasil pengembangan pasar dan branding harus dapat dibuktikan melalui laporan kegiatan atau data penjualan yang relevan.

Penilaian KPI Sales & Marketing Manager Bulan September 2025

No	KPI	Rumus	Data	Pencapaian (%)	Target	Bobot (%)	Skor (%) = Pencapaian x Bobot	Keterangan
1	Pencapaian Target Penjualan dan Kinerja Tim Marketing	[Total realisasi penjualan dari sumber penjualan] / [Rencana penjualan perusahaan] x 100%	Omset Bank Rp. 502,470,999 + 763,168,524 + 301,228,321 + 15,698,055 = 1,596,080,900	106,41	≥ 95% target tercapai	45	47,88	Sumber dari BNI/BCA/CIMB/MANDIRI dan dari transaksi cash
2	Perbaikan Kinerja dan Continuous Improvement	[Jumlah kegiatan Marketing yang selesai sesuai rencana] / [Total kegiatan Marketing yang direncanakan] x 100%	Weekly Meeting	100,00	≥ 85% kegiatan marketing terlaksana sesuai rencana, dan penggunaan anggaran tidak melebihi 100% dari rencana yang disetujui	35	35,00	Dilakukan setiap hari Jumat

No	KPI	Rumus	Data	Pencapaian (%)	Target	Bobot(%)	Skor (%) = Pencapaian x Bobot	Keterangan
3	Strategi Pengembangan Pasar dan Branding	[Jumlah inisiatif/kegiatan yang menghasilkan prospek baru, kerjasama, atau sumber penjualan tambahan] / [Total inisiatif yang direncanakan] x 100%	Membuat manual book perawatan, dan membuat video tutorial perawatan produk (2 item)	100,00	≥ 80% inisiatif terlaksana	20	20,00	Membuat manual book dan video pemeliharaan produk
						Total Skor	102,88	

KPI Kepala Keuangan

Pengelolaan Keuangan dan Alokasi Dana Berjenjang

Tujuan : Memastikan seluruh penggunaan dana perusahaan dialokasikan secara tepat sesuai sistem alokasi berjenjang (Berjalan → Berkembang → Berbagi), dengan kontrol penggunaan dana cadangan yang ketat

Rumus pengukuran :

$$\frac{[\text{Jumlah pengambilan dana cadangan dengan persetujuan Direktur}]}{[\text{Total pengambilan dana cadangan}]} \times 100\%$$

Target : 100% pengambilan dana cadangan dilakukan dengan persetujuan Direktur

Frekuensi audit : bulanan

Sumber data :

1. Laporan realisasi kas & bank
2. Jurnal Keuangan
3. Surat persetujuan Direktur atas pengambilan dana cadangan

Bobot : 40%

Catatan tambahan :

- Dana “Berjalan” mencakup kebutuhan operasional utama (gaji, kewajiban bank, pajak, dan supplier utama).
- Kepala Bagian Keuangan diperbolehkan menggunakan dana cadangan hanya jika kas perusahaan tidak mencukupi untuk kebutuhan bulan berjalan.
- Setiap penggunaan dana cadangan wajib dilampirkan dengan bukti persetujuan Direktur (tertulis/email/memo digital).
- Indikator ini menilai kemampuan Kepala Bagian Keuangan dalam menjaga keseimbangan arus kas dan memastikan disiplin terhadap prosedur otorisasi dana cadangan.

Kepatuhan dan Akurasi Administrasi Keuangan

Tujuan : Menjamin seluruh kegiatan administrasi keuangan — termasuk pembayaran gaji, lembur, serta pelaporan pajak (PPh 21, PPh 23, PPh 25, dan PPN) — dilakukan tepat waktu, satu kali, dan tanpa revisi atau pengulangan.

Rumus pengukuran :

$$\frac{[\text{Jumlah transaksi yang dilakukan tepat waktu dan tanpa koreksi}]}{[\text{Total transaksi wajib bulanan}]} \times 100\%$$

Target : $\geq 98\%$ akurasi ($\leq 2\%$ kesalahan)

Frekuensi audit : bulanan

Sumber data :

1. Rekap pembayaran gaji dan lembur karyawan
2. Rekening Koran bank perusahaan
3. Bukti transfer
4. Jurnal keuangan)

Bobot : 40%

Catatan tambahan :

- Transaksi wajib bulanan meliputi:
 1. Pembayaran gaji (tanggal 1)
 2. Pembayaran lembur (tanggal 5)
 3. Setoran pajak PPh 21, PPh 23, PPh 25, dan PPN sesuai jadwal regulasi.
- Jika salah satu transaksi dilakukan lebih dari satu kali (karena koreksi, revisi, atau keterlambatan), maka dihitung sebagai kesalahan 1 transaksi
- Pembayaran atau pelaporan pajak yang dilakukan dua kali karena koreksi dianggap pelanggaran administrasi.
- Indikator ini menilai kepatuhan jadwal dan akurasi pelaksanaan, bukan hanya nilai perhitungan.
- Jika seluruh transaksi dilakukan tepat waktu dan tanpa koreksi, maka pencapaian 100%.

Efektivitas Administrasi Dokumen Ekspor

Tujuan : Memastikan seluruh dokumen ekspor lengkap disiapkan, dikirim, dan diterima oleh Customs negara tujuan tepat waktu dengan jadwal kedatangan barang, sehingga proses customs clearance berjalan lancar tanpa penundaan.

Rumus pengukuran :

$$\frac{[\text{Jumlah dokumen shipment lengkap dan tepat waktu diterima oleh Customs}]}{[\text{Total shipment}]} \times 100\%$$

Target : $\geq 98\%$ shipment memiliki dokumen ekspor lengkap dan diterima Customs negara tujuan tepat waktu dengan jadwal kedatangan barang.

Frekuensi audit : Kuartalan (3 bulanan)

Sumber data :

1. Log pengiriman dokumen ekspor (Invoice, Packing List, COO, PEB, Fumigasi, Sanitary, V-Legal, dll.)
2. Bukti penerimaan dokumen oleh Customs negara tujuan (acknowledgement email, konfirmasi sistem, atau dokumen clearance)
3. Jadwal kedatangan kontainer dan laporan realisasi clearance

Bobot : 20%

Catatan tambahan :

- Dokumen lengkap berarti seluruh dokumen ekspor yang dipersyaratkan (Invoice, Packing List, COO, PEB, Fumigasi, Sanitary, V-Legal, dan dokumen tambahan sesuai ketentuan negara tujuan dan buyer) telah tersedia dan valid.
- Dokumen dianggap tepat waktu jika diterima Customs negara tujuan sebelum atau bersamaan dengan jadwal kedatangan barang/kontainer.
- Dokumen lengkap yang dikirim dan diterima lebih awal oleh Customs merupakan bentuk pelayanan optimal kepada pelanggan (customer service excellence).
- Dokumen yang diterima setelah kedatangan barang dianggap tidak tepat waktu dan dinilai tidak efektif.
- Penilaian efektivitas harus disertai bukti penerimaan dokumen oleh pihak Customs atau perwakilannya (forwarder/agent).
- KPI ini menilai ketepatan koordinasi administrasi ekspor oleh Kepala Keuangan dalam mendukung kelancaran clearance dan menjaga kredibilitas pelayanan ekspor perusahaan.

KPI Human Resources Development

Kelengkapan dan Ketepatan Waktu Rekap Payroll Bulan

Tujuan : Menjamin data absensi dan rekap payroll diserahkan ke Keuangan secara tepat waktu dan tanpa kesalahan agar proses gaji berjalan lancar.

Rumus pengukuran :

$$[\text{Jumlah dokumen payroll dikirim} \leq \text{jam 12 tanpa koreksi}] / [\text{Total laporan payroll}] \times 100\%$$

Target : 100 %

Frekuensi audit : Bulanan

Sumber data :

1. Laporan absensi
2. Rekap cuti karyawan
3. Laporan lembur
4. Laporan perjalanan dinas atas event perusahaan
5. Log pengiriman laporan ke Keuangan

Bobot : 40%

Catatan tambahan :

- File dibedakan dua jenis:
 1. File Original — dikirim pertama kali dan menjadi acuan penilaian KPI.
 2. File Revisi (jika ada) — menunjukkan adanya koreksi, sehingga laporan bulan tersebut tidak dianggap 100%.

- Laporan dianggap tidak memenuhi target apabila diserahkan setelah batas waktu atau terdapat koreksi dari bagian keuangan.
- Kelengkapan data payroll menjadi dasar utama ketepatan pembayaran gaji dan lembur karyawan.
- Penilaian berdasarkan log pengiriman HRD ke Keuangan

Efektivitas dan Ketepatan Proses Rekrutmen

Tujuan : Memastikan proses rekrutmen dilakukan sesuai kebutuhan perusahaan dengan kandidat yang memenuhi kualifikasi, serta hasil seleksi dilaporkan tepat waktu kepada atasan atau divisi terkait.

Rumus pengukuran :

$[Jumlah\ rekrutmen\ yang\ selesai\ tepat\ waktu\ dan\ sesuai\ kebutuhan] / [Total\ rekrutment] \times 100\%$

Target : $\geq 90\%$ proses rekrutmen selesai dalam waktu maksimal 14 hari kerja sejak permintaan diterima, dan kandidat sesuai dengan kualifikasi jabatan.

Frekuensi audit : Bulanan

Sumber data :

1. Form permintaan rekrutmen
2. Hasil interview dan wawancara
3. Offering Letter / PKWT Karyawan.

Bobot : 35 %

Catatan tambahan :

- Proses rekrutmen dianggap tidak memenuhi target apabila melebihi batas waktu atau kandidat yang diterima tidak sesuai kebutuhan divisi pengguna.
- HRD bertanggung jawab untuk memastikan setiap proses seleksi objektif, efisien, dan terdokumentasi dengan baik.

Implementasi dan Penilaian KPI Karyawan

Tujuan :Menjamin seluruh jabatan memiliki KPI yang jelas, terukur, dan dilakukan penilaian secara berkala sesuai jadwal perusahaan.

Rumus Pengukuran :

$$[\text{Jumlah jabatan dengan KPI aktif dan dinilai tepat waktu}] / [\text{Total jabatan}] \times 100\%$$

Target: 100% jabatan memiliki KPI aktif dan dilakukan penilaian setiap bulan di minggu pertama awal bulan

Frekuensi audit : Bulanan

Sumber Data :

1. Dokumen KPI per jabatan
2. Hasil penilaian, dan laporan asesmen HRD.

Bobot: 30%

Catatan Tambahan :

- HRD wajib memastikan kesesuaian indikator KPI antarjabatan dan mengkoordinasikan proses asesmen tepat waktu untuk mendukung evaluasi kinerja perusahaan.

Penilaian KPI Kepala Keuangan Bulan September 2025

Kepala Keuangan Data : September 2025

No	KPI	Rumus	Data	Pencapaian (%)	Target	Bobot (%)	Skor (%)	Keterangan
1	Pengelolaan Keuangan dan Alokasi Dana Berjenjang	$\frac{[\text{Jumlah pengambilan dana cadangan dengan persetujuan Direktur}]}{[\text{Total pengambilan dana cadangan}]} \times 100\%$	Bulan September 2025 tidak ada permohonan pengambilan dana cadangan	100,00	100% pengambilan dana cadangan dilakukan dengan persetujuan Direktur	40	40,00	
2	Kepatuhan dan Akurasi Administrasi Keuangan	$[\text{Jumlah transaksi yang dilakukan tepat waktu dan tanpa koreksi}] / [\text{Total transaksi wajib bulanan}] \times 100\%$	Dari 9 transaksi, ada 2 kali transaksi untuk pembayaran lembur karyawan pada tgl 7 Okt 2025 (seharusnya 6 Okt)	88,89	$\geq 98\%$ akurasi ($\leq 2\%$ kesalahan)	40	35,56	

No	KPI	Rumus	Data	Pencapaian (%)	Target	Bobot(%)	Skor (%)	Keterangan
3	Efektivitas Administrasi Dokumen Ekspor	[Jumlah dokumen shipment lengkap dan tepat waktu diterima oleh Customs] / [Total shipment] x 100%	Camrio Trading tgl 03/09 dan Rocwood tgl 25/09	100,00	≥ 98% shipment memiliki dokumen ekspor lengkap dan diterima Customs negara tujuan tepat waktu	20	20,00	

Total Skor : 95,56

Penilaian KPI Kepala

Produksi bulan audit Oktober 2025

No	KPI	Rumus	Data	Pencapaian(%)	Target	Bobot(%)	Skor(%)	Keterangan
1	Ketepatan Penyelesaian Produksi sesuai OL dan Memo	$[\text{Jumlah OL} + \text{Memo selesai tepat waktu}] / [\text{Total OL} + \text{Memo}] \times 100\%$	OL 17 tercapai 13; Memo 16 tercapai 12	75,76	$\geq 95\%$ OL + Memo selesai tepat waktu	35	26,52	OL telat:167,172,187,204; Memo telat:133,125,121,112; Phillips 3 OL tidak tercapai
2	Efektivitas Output Produksi Masuk Sistem Inventory	$[\text{Jumlah produk masuk inventory}] / [\text{Total produk target}] \times 100\%$	OL masuk inventory 185/185; Memo 55/55	100,00	$\geq 97\%$ produk masuk sistem inventory	25	25,00	
3	Efektivitas Pengaturan SDM & Lembur	$[\text{OL} + \text{WO selesai tepat waktu tanpa lembur}] / [\text{Total OL} + \text{WO}] \times 100\%$	Tidak ada lembur	100,00	$\geq 90\%$ OL & WO selesai tepat waktu	25	25,00	
4	Manajemen Komplain Produksi	$[\text{Komplain selesai}] / [\text{Total komplain}] \times 100\%$	Komplain 2, masih proses	100,00	$\geq 95\%$ komplain diselesaikan	15	15,00	Pak Ali Hanafi, Bu Endah

Total Skor : 91,52

Penilaian KPI Koordinator Pelaksana Produksi bulan audit Oktober 2025

Koordinator Pelaksana Produksi : Naufan Fadhila

No	KPI	Rumus	Data	Penghitungan (%)	Target	Bobot (%)	Skor (%)	Keterangan
1	Pelaksanaan Produksi Tepat Waktu dan Validasi Data Penyelesaian	$\frac{[\text{Jumlah OL} + \text{Memo selesai tepat waktu}] / [\text{Total OL} + \text{Memo yang dijadwalkan}] \times 100\%}{}$	Jumlah OL 17, tercapai 13; jumlah Memo 16, tercapai 12	75,76	$\geq 95\%$ OL + Memo selesai tepat waktu	35	26,52	OL tidak tepat waktu (4) 167,172,187,204; Memo tidak tepat waktu (4) 133,125,121,112
2	Monitoring dan Dokumentasi Kualitas Produksi	$\frac{[\text{Jumlah produk masuk inventory}] / [\text{Total produk target bulan audit}] \times 100\%}{}$	OL masuk inventory 185 dari 225; Memo masuk inventory 55 dari 55	85,71	$\geq 97\%$ produk masuk sistem inventory	25	21,43	OL yang belum masuk inventory sesuai QTY adalah OL no 163
3	Efektivitas Pengaturan SDM, Efisiensi Jam Kerja & Lembur	$\frac{[\text{Jumlah OL+WO selesai tepat waktu tanpa lembur}] / [\text{Total OL+WO pada bulan audit}] \times 100\%}{}$	Tidak ada lembur	100,00	$\geq 90\%$ OL dan WO selesai tepat waktu tanpa lembur	15	15,00	

No	KPI	Rumus	Data	Penghitungan (%)	Target	Bobot(%)	Skor (%)	Keterangan
4	Penanganan Komplain & Eskalasi Kendala Produksi	[Jumlah komplain terkait produksi yang ditindaklanjuti dan selesai] / [Total komplain] x 100%	Jumlah komplain ada 2, dan masih proses pengerjaan	100	≥ 95% komplain diselesaikan	25	25,00	Pak Ali Hanafi, Bu Endah

Total Skor : 87,94

Penilaian KPI Sales & Marketing Manager Bulan Oktober 2025

Sales & Marketing Manager

Data : Oktober 2025

No	KPI	Rumus	Data	Pencapaian (%)	Target	Bobot (%)	Skor (%) = Pencapaian x Bobot	Keterangan
1	Pencapaian Target Penjualan dan Kinerja Tim Marketing	[Total realisasi penjualan dari sumber penjualan] / [Rencana penjualan perusahaan] x 100%	Omset Bank Rp. 21.522.985 + 919.678.213 + 1.154.768.813,51 + 31.653.643,48 + (cash) 2.015.000 = 2.392.303.854,99	159,49	≥ 95% target tercapai	45	71,77	Sumber dari BNI/BCA/CIMB/MANDIRI dan dari transaksi cash

No	KPI	Rumus	Data	Pencapaian (%)	Target	Bobot(%)	Skor (%) = Pencapaian x Bobot	Keterangan
2	Perbaikan Kinerja dan Continuous Improvement	[Jumlah kegiatan Marketing yang selesai sesuai rencana] / [Total kegiatan Marketing yang direncanakan] x 100%	1. Pemasangan Cobra Sandityo 2. Mengunjungi Event di Jakarta (Art Jakarta dan Ina Craft) 3. Pemasangan Singa Solo, Ibu Indah	66,67	≥ 85% kegiatan marketing terlaksana sesuai rencana, dan penggunaan anggaran ≤ 100%	35	23,33	Untuk Singa Solo Ibu Indah belum selesai
3	Strategi Pengembangan Pasar dan Branding	[Jumlah inisiatif/kegiatan yang menghasilkan prospek baru, kerjasama, atau sumber penjualan tambahan] / [Total inisiatif yang direncanakan] x 100%	1. Pameran Pakuwon 2. Pameran St. Tugu bersama Ikatan Perangkai Bunga Indonesia 3. Indilabel Pak Supri dan display Tanli	100,00	≥ 80% inisiatif terlaksana	20	20,00	

Total skor : 115,10

Penilaian KPI Kepala Produksi Bulan Audit November 2025

Kepala Produksi : Pak Qirun

Data : November 2025

No	KPI	Rumus	Data	Pencapaian (%)	Target	Bobot (%)	Skor (%) = Pencapaian x Bobot	Keterangan
1	Ketepatan Penyelesaian Produksi sesuai OL dan Memo	$\frac{[\text{Jumlah OL} + \text{Memo selesai tepat waktu}] / [\text{Total OL} + \text{Memo yang dijadwalkan}]}{100\%}$	Jumlah OL 17, tercapai 9; Jumlah Memo 16, tercapai 14	69,70	$\geq 95\%$ OL + Memo selesai tepat waktu	35	24,39	OL tidak tepat waktu (6): 164, 193, 194, 195, 198, 205. Memo tidak tepat waktu (2): 128, 145
2	Efektivitas Output Produksi Masuk Sistem Inventory	$\frac{[\text{Jumlah produk masuk inventory}]}{[\text{Total produk target bulan audit}]} \times 100\%$	OL masuk inventory 185/185; Memo masuk 55/55	100,00	$\geq 97\%$ produk masuk sistem inventory	25	25,00	

No	KPI	Rumus	Data	Pencapaian (%)	Target	Bobot(%)	Skor (%) = Pencapaian x Bobot	Keterangan
3	Efektivitas Pengaturan SDM, Efisiensi Jam Kerja & Lembur	[Jumlah OL+WO selesai tepat waktu tanpa lembur] / [Total OL+WO bulan audit] x 100%	Tidak ada lembur	100,00	≥ 90% OL dan WO selesai tepat waktu tanpa lembur	25	25,00	
4	Manajemen Komplain Produksi	[Jumlah komplain terkait produksi yang ditindaklanjuti & selesai] / [Total komplain] x 100%	Tidak ada komplain	100,00	≥ 95% komplain diselesaikan	15	15,00	

Total skor : 89,39

Penilaian KPI Koordinator Pelaksana Produksi Bulan Audit November 2025

Koordinator Pelaksana Produksi : Naufan Fadhila

Data : November 2025

No	KPI	Rumus	Data	Penghitungan (%)	Target	Bobot (%)	Skor (%) = Pencapaian x Bobot	Keterangan
1	Pelaksanaan Produksi Tepat Waktu dan Validasi Data Penyelesaian	$[\text{Jumlah OL} + \text{Memo selesai tepat waktu}] / [\text{Total OL} + \text{Memo yang dijadwalkan}] \times 100\%$	Jumlah OL 17, tercapai 9; Jumlah Memo 16, tercapai 14	69,70	$\geq 95\%$ OL + Memo selesai tepat waktu	35	24,39	OL tidak tepat waktu (6): 164, 193, 194, 195, 198, 205. Memo tidak tepat waktu (2): 128, 145
2	Monitoring dan Dokumentasi Kualitas Produksi	$[\text{Jumlah produk masuk inventory}] / [\text{Total produk target bulan audit}] \times 100\%$	OL masuk inventory 185/185; Memo masuk inventory 55/55	100,00	$\geq 97\%$ produk masuk sistem inventory	25	25,00	

No	KPI	Rumus	Data	Penghitungan (%)	Target	Bobot(%)	Skor (%) = Pencapaian x Bobot	Keterangan
3	Efektivitas Pengaturan SDM, Efisiensi Jam Kerja & Lembur	[Jumlah OL+WO selesai tepat waktu tanpa lembur] / [Total OL+WO bulan audit] x 100%	Tidak ada lembur	100,00	≥ 90% OL dan WO selesai tepat waktu tanpa lembur	15	15,00	
4	Penanganan Komplain dan Eskalasi Kendala Produksi	[Jumlah komplain terkait produksi yang ditindaklanjuti dan selesai] / [Total komplain] x 100%	Tidak ada komplain	100,00	≥ 95% komplain diselesaikan	25	25,00	

Total skor : 89,39

Penilaian KPI Sales & Marketing Manager Bulan Audit November 2025

Sales & Marketing Manager

Data : November 2025

No	KPI	Rumus	Data	Pencapaian (%)	Target	Bobot (%)	Skor (%) = Pencapaian x Bobot	Keterangan
1	Pencapaian Target Penjualan dan Kinerja Tim Marketing	[Total realisasi penjualan dari sumber penjualan] / [Rencana penjualan perusahaan] x 100%	Omset Bank + Cash Rp. 2.087.735.942,55	139,18	≥ 95% target tercapai	45	62,63	Sumber dari BNI/BCA/CIMB/Mandiri dan transaksi cash
2	Perbaikan Kinerja dan Continuous Improvement	[Jumlah kegiatan Marketing yang selesai sesuai rencana] / [Total kegiatan Marketing yang direncanakan] x 100%	Pemasangan base Putri Duyung Ali Hanafi	100,00	≥ 85% kegiatan marketing terlaksana sesuai rencana dan penggunaan anggaran tidak melebihi 100% dari rencana yang disetujui	35	35,00	

No	KPI	Rumus	Data	Pencapaian (%)	Target	Bobot(%)	Skor (%) = Pencapaian x Bobot	Keterangan
3	Strategi Pengembangan Pasar dan Branding	[Jumlah inisiatif/kegiatan yang menghasilkan prospek baru, kerjasama, atau sumber penjualan tambahan] / [Total inisiatif yang direncanakan] x 100%	Membuat Indilabel Pak Supri di Tanli dan display di warung kopi sebelah Buttery	100,00	≥ 80% inisiatif terlaksana	20	20,00	

Total skor : 117,63

Penilaian KPI Kepala Keuangan Bulan Oktober 2025

Kepala Keuangan

Data : Oktober 2025

No	KPI	Rumus	Data	Pencapaian (%)	Target	Bobot (%)	Skor (%) = Pencapaian x Bobot	Keterangan
1	Pengelolaan Keuangan dan Alokasi Dana Berjenjang	$\frac{[\text{Jumlah pengambilan dana cadangan dengan persetujuan Direktur}]}{[\text{Total pengambilan dana cadangan}]} \times 100\%$	Bulan Oktober 2025, permohonan pengambilan dana cadangan sebanyak 1x pada 1 Nov 2025	100,00	100% pengambilan dana cadangan dilakukan dengan persetujuan Direktur	40	40,00	

No	KPI	Rumus	Data	Pencapaian (%)	Target	Bobot(%)	Skor (%) = Pencapaian x Bobot	Keterangan
2	Kepatuhan dan Akurasi Administrasi Keuangan	[Jumlah transaksi yang dilakukan tepat waktu dan tanpa koreksi] / [Total transaksi wajib bulanan] x 100%	Dari 8 transaksi, terdapat 3 kali transaksi pembayaran lembur karyawan pada tanggal 5, 6, dan 7 Nov 2025, sedangkan pembayaran dilakukan tgl 5 Nov 2025	62,50	≥ 98% akurasi (≤ 2% kesalahan)	40	25,00	
3	Efektivitas Administrasi Dokumen Ekspor	[Jumlah dokumen shipment lengkap dan tepat waktu diterima oleh Customs] / [Total shipment] x 100%	TIM ETA 3 Nov / 10 Des 2025	100,00	≥ 98% shipment memiliki dokumen ekspor lengkap dan diterima Customs negara tujuan tepat waktu sesuai jadwal kedatangan barang	20	20,00	

Total skor : 85,00

Penilaian KPI Sales & Marketing Manager Bulan Audit Desember 2025

Sales & Marketing Manager Data : Desember 2025

No	KPI	Rumus	Data	Pencapaian (%)	Target	Bobot (%)	Skor (%) = Pencapaian x Bobot	Keterangan
1	Pencapaian Target Penjualan dan Kinerja Tim Marketing	[Total realisasi penjualan dari sumber penjualan] / [Rencana penjualan perusahaan] x 100%	Omset Bank + Cash Rp. 2,189,392,013	145,96	≥ 95% target tercapai	45	65,68	Sumber dari BNI/BCA/CIMB/MANDIRI dan dari transaksi cash

No	KPI	Rumus	Data	Pencapaian (%)	Target	Bobot(%)	Skor (%) = Pencapaian x Bobot	Keterangan
2	Perbaikan Kinerja dan Continuous Improvement	[Jumlah kegiatan Marketing yang selesai sesuai rencana] / [Total kegiatan Marketing yang direncanakan] x 100%	Rutin mengupdate dan mengisi wiki sebagai bukti tertulis, dan langsung drop pot dari Bali ke showroom sebagai upaya mempercepat proses display dan mengisi stock yang sedikit, tanpa melalui pembuatan ID gudang dengan tembak harga	100,00	≥ 85% kegiatan marketing terlaksana sesuai rencana, dan penggunaan anggaran tidak melebihi 100% dari rencana yang disetujui	35	35,00	
3	Strategi Pengembangan Pasar dan Branding	[Jumlah inisiatif/kegiatan yang menghasilkan prospek baru, kerja sama, atau sumber penjualan tambahan] / [Total inisiatif yang direncanakan] x 100%	Membuat Indilabel Zaki di Tanli dan Project Social Media	100,00	≥ 80% inisiatif terlaksana	20	20,00	https://wiki.pttimboel.com/books/arsip-projek/page/indilabel-zaky ; https://wiki.pttimboel.com/books/bisnis-development/page/project-konten-no-moq

||||| Total skor || 120,68 ||

Penilaian KPI Kepala Bagian Keuangan Bulan November 2025

Kepala Keuangan Data : November 2025

No	KPI	Rumus	Data	Pencapaian (%)	Target	Bobot (%)	Skor (%) = Pencapaian x Bobot	Keterangan
1	Pengelolaan Keuangan dan Alokasi Dana Berjenjang	$\frac{[\text{Jumlah pengambilan dana cadangan dengan persetujuan Direktur}]}{[\text{Total pengambilan dana cadangan}]} \times 100\%$	Pengambilan pada tgl. 1 Des 2025 Rp. 456,080,453 sudah disetujui oleh Direksi	100,00	100% pengambilan dana cadangan dilakukan dengan persetujuan Direktur	40	40,00	
2	Kepatuhan dan Akurasi Administrasi Keuangan	$\frac{[\text{Jumlah transaksi yang dilakukan tepat waktu dan tanpa koreksi}]}{[\text{Total transaksi wajib bulanan}]} \times 100\%$	Dari 6 transaksi, terdapat 1 transaksi tidak tepat waktu	83,33	$\geq 98\%$ akurasi ($\leq 2\%$ kesalahan)	40	33,33	

No	KPI	Rumus	Data	Pencapaian (%)	Target	Bobot(%)	Skor (%) = Pencapaian x Bobot	Keterangan
3	Efektivitas Administrasi Dokumen Ekspor	[Jumlah dokumen shipment lengkap dan tepat waktu diterima oleh Customs] / [Total shipment] x 100%	TIM ETA 3 Nov / 10 Des 2025	100,00	≥ 98% shipment memiliki dokumen ekspor lengkap dan diterima Customs negara tujuan tepat waktu dengan jadwal kedatangan barang	20	20,00	

||||| Total skor || 93,33 ||

Penilaian KPI Kepala Bagian Keuangan Bulan Desember 2025

Kepala Keuangan Data : Desember 2025

No	KPI	Rumus	Data	Pencapaian (%)	Target	Bobot (%)	Skor (%) = Pencapaian x Bobot	Keterangan
1	Pengelolaan Keuangan dan Alokasi Dana Berjenjang	$\frac{[\text{Jumlah pengambilan dana cadangan dengan persetujuan Direktur}]}{[\text{Total pengambilan dana cadangan}]} \times 100\%$	Pengambilan pada tgl. 31 Des 2025 Rp. 64,210,774 sudah disetujui oleh Direksi	100,00	100% pengambilan dana cadangan dilakukan dengan persetujuan Direktur	40	40,00	
2	Kepatuhan dan Akurasi Administrasi Keuangan	$[\text{Jumlah transaksi yang dilakukan tepat waktu dan tanpa koreksi}] / [\text{Total transaksi wajib bulanan}] \times 100\%$	Dari 6 transaksi, semua transaksi tepat waktu	100,00	$\geq 98\%$ akurasi ($\leq 2\%$ kesalahan)	40	40,00	

No	KPI	Rumus	Data	Pencapaian (%)	Target	Bobot(%)	Skor (%) = Pencapaian x Bobot	Keterangan
3	Efektivitas Administrasi Dokumen Ekspor	[Jumlah dokumen shipment lengkap dan tepat waktu diterima oleh Customs] / [Total shipment] x 100%	Califano, Contemporary, Design Trip	100,00	≥ 98% shipment memiliki dokumen ekspor lengkap dan diterima Customs negara tujuan tepat waktu dengan jadwal kedatangan barang	20	20,00	

||||| Total skor || 100,00 ||