

Perbaikan Berkesinambungan

Dianasanti, 7 Oktober 2016



Materi

1. Perbaikan Berkesinambungan
 - ✓ Kaizen
 - ✓ Benchmarking

Kaizen



Kaizen (改善)

Merupakan istilah dalam bahasa Jepang yang bermakna "perbaikan berkesinambungan".

Filsafat kaizen berpandangan bahwa hidup kita hendaknya fokus pada upaya perbaikan terus-menerus.

Pada penerapannya dalam perusahaan, kaizen mencakup pengertian perbaikan berkesinambungan yang melibatkan seluruh pekerjanya, dari manajemen tingkat atas sampai manajemen tingkat bawah.

Konsep Kaizen & Manajemen

Dalam kaizen manajemen memiliki dua fungsi utama:

1. Pemeliharaan

- ✓ Kegiatan pemeliharaan teknologi, sistem manajemen, dan standar operasional yang ada sekaligus menjaga standar tersebut melalui pelatihan serta disiplin dengan tujuan agar semua karyawan dapat mematuhi prosedur pengoperasian standar (Standard Operating Procedure-SOP) yang telah ditetapkan.

2. Perbaikan

- ✓ Kegiatan yang diarahkan pada meningkatkan standar yang ada

1. Kedua fungsi ini disimpulkan sebagai Pemeliharaan dan Perbaikan Standar. Perbaikan ini sendiri dapat terbagi menjadi kaizen dan inovasi.
2. Kaizen bersifat perbaikan kecil yang berlangsung oleh upaya berkesinambungan, sedangkan inovasi merupakan perbaikan drastis sebagai hasil dari investasi sumber daya berjumlah besar dalam teknologi atau peralatan.
3. Kaizen menekankan pada upaya manusia, moral, komunikasi, pelatihan, kerja sama, pemberdayaan dan disiplin diri, yang merupakan pendekatan peningkatan berdasarkan akal sehat, berbiaya rendah

Komitmen Kualitas

1. Sasaran akhir kaizen adalah tercapainya *Kualitas, Biaya, Distribusi (Quality, Cost, Delivery -- QCD)*,
2. sehingga pada praktiknya kaizen menempatkan kualitas pada prioritas tertinggi. Kaizen mengajarkan bahwa perusahaan tidak akan mampu bersaing jika kualitas produk dan pelayanannya tidak memadai, sehingga komitmen manajemen terhadap kualitas sangat dijunjung tinggi.
3. Kualitas yang dimaksud dalam QCD bukan sekedar kualitas produk melainkan termasuk kualitas proses yang ditempuh dalam menghasilkan produknya

Orientasi Proses

1. Kaizen menekankan bahwa tahap pemrosesan dalam perusahaan harus disempurnakan agar hasil dapat meningkat, sehingga dapat disimpulkan bahwa filsafat ini mengutamakan proses.
2. Dalam kaizen dipercaya bahwa proses yang baik akan memberikan hasil yang baik pula.

PDCA/SDCA

1. Salah satu langkah awal penerapan kaizen adalah menjalankan siklus Plan-Do-Check-Act (PDCA) untuk menjamin terlaksananya kesinambungan kaizen. Siklus ini terdiri atas :
 - ✓ Rencana (plan)
2. Penetapan target untuk perbaikan dan perumusan rencana tindakan guna mencapai target tersebut.
 - ✓ Lakukan (do)
3. Pelaksanaan dari rencana yang telah dibuat.
 - ✓ Periksa (check)
4. Kegiatan pemeriksaan segala prosedur yang telah dijalankan guna memastikannya agar tetap berjalan sesuai rencana sekaligus memantau kemajuan yang telah ditempuh.
 - ✓ Tindak (act)

PDCA / SDCA

1. Siklus PDCA berputar secara terus menerus dengan diselingi oleh siklus Standardize-Do-Check-Act (SDCA)
2. Dalam langkah Standar (Standardize) pada siklus ini, segala prosedur baru yang telah diputuskan pada langkah Tindak dalam siklus PDCA sebelumnya disahkan menjadi pedoman yang wajib dipenuhi.
3. SDCA fokus pada kegiatan pemeliharaan, sedangkan PDCA lebih mengacu pada perbaikan

Berbicara dengan Data

1. Masalah yang terjadi baru dapat ditemukan pemecahannya dengan mengumpulkan dan mengobservasi berbagai data yang berkaitan dengan masalah tersebut.
2. Tanpa adanya data yang terintegrasi dan relevan, manajemen tidak dapat menemukan solusi yang paling efektif.

Proses adalah Konsumen

Terdapat dua macam konsumen dalam kaizen:

1. Konsumen internal

- ✓ Konsumen yang berada di perusahaan.
- ✓ Yang dianggap sebagai konsumen internal adalah proses, sehingga proses harus diperhatikan dan diperlakukan layaknya konsumen secara nyata.

2. Konsumen eksternal

- ✓ Konsumen yang berada di pasar, baik individu maupun organisasi.

Sasaran

1. Sasaran akhir kaizen adalah tercapainya Quality, Cost, Delivery (QCD) secara efektif dan efisien

Benchmarking



Benchmarking

1. **Benchmarking** is a technique in which a company measures its performance against that of best in class companies, determines how those companies achieved their performance levels and uses the information to improve its own performance. Subjects that can be benchmarked include strategies, operations and processes.

1. Benchmarking is the process of measuring products, services, and processes against those of organizations known to be leaders in one or more aspects of their operations. Benchmarking provides necessary insights to help you understand how your organization compares with similar organizations, even if they are in a different business or have a different group of customers.

1. Additionally, benchmarking can help you identify areas, systems, or processes for improvements—either incremental (continuous) improvements or dramatic (business process reengineering) improvements.

Kategori Benchmarking

1. **Technical benchmarking** — Performed by design staff to ascertain the capabilities of products or services, especially in comparison to the products or services of leading competitors. For example, on a scale of one to four, four being best, how do designers rank the properties of your organization's products or services? If you cannot obtain hard data, the design efforts may be insufficient, and products or services may be inadequate to be competitive.
2. **Competitive benchmarking** — Compares how well (or poorly) an organization is doing with respect to the leading competition, especially with respect to critically important attributes, functions, or values associated with the organization's products or services. For example, on a scale of one to four, four being best, how do customers rank your organization's products or services compared to those of the leading competition? If you cannot obtain hard data, marketing efforts may be misdirected and design efforts misguided.

Terima Kasih

