



MATERI # 8

Create Effective Performance Metrics



Pengantar Performance Metrics

- Apa itu Performance Metrics?
 - Alat kuantitatif untuk mengukur kinerja organisasi, proses, atau individu.
 - Menjadi dasar monitoring, decision making, dan continuous improvement.
 - Mengubah data menjadi indikator kinerja yang dapat ditindaklanjuti (actionable).
- Mengapa Metrik Penting dalam Dashboard?
 - Menentukan apa yang akan ditampilkan pada dashboard.
 - Menjadi penghubung antara strategi dan tindakan operasional.
 - Memastikan organisasi bergerak pada arah yang tepat.



Hierarki Pengukuran: Measures → Metrics → KPI

- Measures
 - Data dasar dalam bentuk angka.
 - Contoh: jumlah transaksi, jumlah pengunjung web, jumlah keluhan.
- Metrics
 - Hasil pengolahan measures untuk memberikan konteks/arti.
 - Contoh:
 - $\text{Conversion rate} = \text{transaksi} \div \text{pengunjung}$
 - $\text{Complaint rate} = \text{keluhan} \div \text{total pelanggan}$
- Key Performance Indicators (KPIs)
 - Metrik yang paling penting dalam menunjukkan keberhasilan strategi organisasi.
 - Harus fokus, terbatas jumlahnya, dan terkait langsung dengan strategi.



Karakteristik KPI yang Baik (Best Practices)

- Relevan terhadap Strategi
 - KPI harus mendukung tujuan strategis (growth, efficiency, quality, customer satisfaction).
- Actionable
 - KPI harus memberikan sinyal yang jelas tentang tindakan apa yang perlu diambil.
- Comparative
 - Dapat dibandingkan antar waktu, wilayah, unit, atau benchmark.
- Understandable
 - Mudah dipahami oleh pengguna di semua level.
- Reliable & Valid
 - Mengukur apa yang seharusnya diukur.
 - Data akurat, konsisten dari waktu ke waktu.
- Timely
 - Frekuensi pembaruan sesuai keputusan yang perlu diambil (harian, mingguan, bulanan).
- Few in Number
 - Fokus pada 5–10 KPI utama per unit.



Prinsip SMART untuk Metrik yang Efektif

- S – Specific
 - Menunjukkan aspek spesifik dari kinerja.
- M – Measurable
 - Memiliki indikator numerik atau dapat dihitung.
- A – Achievable
 - Realistis, dapat dicapai oleh tim.
- R – Relevant
 - Relevan terhadap strategi, proses, dan pengguna.
- T – Time-bound
 - Memiliki periode pengukuran yang jelas.



4 Kategori Utama KPI (Eckerson)

- Financial KPIs
 - Contoh: revenue, margin, ROI, cost per order.
- Customer KPIs
 - Contoh: NPS, customer satisfaction, repeat purchase rate.
- Process / Internal KPIs
 - Contoh: on-time delivery, cycle time, defect rate.
- Learning & Growth KPIs
 - Contoh: employee training hours, skill competency levels.



Mendesain KPI yang Efektif

- Mulai dari Strategi
 - Gunakan strategy map atau strategic themes.
 - Turunkan sasaran strategis → KPI → target → inisiatif.
- Tentukan Question–Metric Fit
 - Setiap KPI harus menjawab pertanyaan bisnis seperti:
 - Apakah layanan kita membaik?
 - Apakah biaya operasional menurun?
 - Apakah kualitas meningkat?
 - Apakah pelanggan lebih puas?
- Tentukan Formula KPI
 - Contoh format: Nama KPI, Definisi, Formula penghitungan, Unit ukuran, Sumber data, Frekuensi update, Pemilik KPI



Mendesain KPI yang Efektif

- Tentukan Target
 - Target harus realistis dan berbasis data historis.
- Tetapkan Ambang (Threshold)
 - Gunakan indikator warna:
 - Hijau (on-target)
 - Kuning (waspada)
 - Merah (kritikal)



Contoh Perancangan KPI Yang Tepat

- KPI Penjualan (e-Commerce)
 - KPI: Conversion Rate
 - Definisi: Persentase pengunjung yang melakukan pembelian
 - Formula: $\text{Purchase} \div \text{Total Visitor}$
 - Frekuensi: Harian/mingguan
 - Sumber data: Website analytics
 - Pemilik: Marketing Performance Team



Contoh Perancangan KPI Yang Tepat

- KPI Layanan Pelanggan
 - KPI: First Contact Resolution (FCR)
 - Definisi: Persentase keluhan pelanggan yang selesai dalam satu kontak
 - Target baik: >85%
- KPI Logistik
 - KPI: On-Time Delivery Rate
 - Formula: $(\text{Jumlah pengiriman tepat waktu} \div \text{total pengiriman})$



Kesalahan Umum Dalam Membuat KPI (Pitfalls)

- Terlalu banyak KPI
 - Membuat dashboard penuh dan tidak fokus.
- KPI tidak relevan dengan strategi
 - KPI dipilih hanya karena datanya tersedia.
- KPI tanpa definisi jelas
 - Menimbulkan interpretasi berbeda antar divisi.
- Fokus pada output, bukan outcome
 - Contoh salah: menghitung jumlah training (output)
 - Contoh benar: peningkatan skill hasil training (outcome)
- Target tidak realistis
 - Menurunkan motivasi dan akurasi pelaporan.



Studi Kasus Pengembangan KPI

- Kasus: Shopee Logistics Dashboard
- Tujuan: meningkatkan ketepatan waktu pengiriman.
- KPI yang disusun:
 - On-Time Delivery Rate
 - Lost Parcel Rate
 - Hub Processing Time
 - Courier Productivity Rate
 - Customer Complaint Rate (Delivery Related)
- Alasan KPI Efektif:
 - Relevan dengan strategi operasional.
 - Dapat ditindaklanjuti segera.
 - Data tersedia real-time.
 - Dapat di-drill-down hingga ke level kota/kurir.