



## MATERI # 9

# *Create Effective Performance Metrics (cont..)*



# Apa yang Membuat Sebuah KPI Tidak Efektif?

- KPI Tidak Terhubung ke Strategi
  - KPI hanya mengukur aktivitas, bukan dampaknya.
  - Contoh salah: “Jumlah posting Instagram” → tidak menunjukkan hasil bisnis.
- KPI Terlalu Banyak
  - Dashboard menjadi penuh dan tidak fokus.
  - Rekomendasi: maksimal 10 KPI utama per unit organisasi.
- KPI Tidak Didukung Data Berkualitas
  - Data tidak lengkap, tidak konsisten, sering terlambat → KPI menjadi tidak valid.
- KPI Tidak Dapat Diambil Tindakan
  - Jika nilai KPI buruk tetapi tidak ada tindakan yang jelas → KPI tidak berguna.



## 3-Level KPI Thinking (Eckerson's Model Enhancement)

- Level 1 – Activity Metrics
  - Mengukur apa yang dilakukan.
  - Contoh: Jumlah email dikirim, Total jam pelatihan
- Level 2 – Output Metrics
  - Mengukur apa yang dihasilkan.
  - Contoh: Jumlah pelanggan baru, Kesalahan pengiriman
- Level 3 – Outcome / Impact Metrics (KPI Sebenarnya)
  - Mengukur hasil akhir yang berdampak.
  - Contoh: Tingkat retensi pelanggan, Kepuasan pelanggan, Pendapatan per pelanggan
- Semakin tinggi levelnya → semakin strategis KPInya.



# Anatomy of a Good KPI (Struktur KPI yang Baik)

- Sebuah KPI efektif memiliki komponen lengkap berikut:
  1. Nama KPI yang jelas (tidak ambigu)
  2. Tujuan bisnis yang didukung KPI
  3. Formula matematis yang eksak
  4. Definisi pengukuran (apa masuk hitungan, apa tidak)
  5. Unit (% , menit, rupiah)
  6. Sumber data (sistem apa?)
  7. Frekuensi update
  8. Target dan baseline
  9. Threshold warna (G/Y/R)
  10. Dimensi drill-down
  11. Pemilik KPI
  12. Action plan saat KPI turun
- Semakin lengkap elemen ini → KPInya semakin actionable.



# Teknik Memastikan KPI Efektif

- Alignment Check
  - Cek apakah KPI terhubung langsung dengan sasaran strategis.
- Data Quality Check
  - apakah datanya tersedia?
  - apakah akurat?
  - apakah update-nya mudah?
- Actionability Check
  - Tanyakan:
    - “Jika angka KPI turun, apakah tindakan korektif jelas dan mungkin dilakukan?”
    - Jika jawabannya “tidak”, KPI harus direvisi.
- Owner Check
  - Setiap KPI harus memiliki:
    - 1 pemilik (individual)
    - 1 departemen penanggung jawab
  - Tanpa “ownership”, KPI tidak akan diperbaiki saat turun.
- Visualization Check
  - Apakah KPI mudah dipahami dalam 3 detik?
  - Apakah indikator warnanya jelas?



# Advanced KPI Design: Lagging vs Leading Metrics

- Lagging Metrics (hasil akhir, masa lalu)
  - Mengukur outcome setelah kejadian terjadi
  - Contoh: pendapatan, jumlah keluhan
  - ✓ Bagus untuk laporan
  - ✗ Tidak bisa mencegah masalah
- Leading Metrics (prediktif, masa depan)
  - Indikator awal yang memprediksi hasil
  - Contoh: waktu respon chat, jumlah cart abandonment
  - ✓ Bisa mencegah masalah sebelum terjadi
  - ✓ Sangat actionable
- Dashboard efektif harus memiliki kombinasi keduanya.



# KPI Tree / Driver Tree (Analisis Penyebab KPI)

- KPI besar biasanya diturunkan menjadi pohon penggerak:
- Contoh: On-Time Delivery Rate
  - Ketepatan waktu pengambilan barang
  - Kecepatan sortir gudang
  - Produktivitas kurir
  - Kondisi lalu lintas
  - Akurasi alamat pelanggan
- Dengan KPI Tree, organisasi bisa:
  - menemukan akar masalah KPI turun
  - menentukan area prioritas perbaikan
  - memperbaiki proses secara sistematis



# Good vs Bad KPI Examples

- Contoh KPI Buruk
  - "Jumlah Laporan Dibuat" → tidak menunjukkan kualitas
  - "Jumlah Posting Instagram" → aktivitas, bukan hasil
  - "Jumlah Training" → output, bukan outcome
- Contoh KPI Baik
  - "Customer Satisfaction Score (NPS)"
  - "Cost per Delivery"
  - "Warehouse Processing Time"
  - "Repeat Purchase Rate"





# Designing KPI for a Dashboard: Step-by-Step

1. Tentukan tujuan organisasi  
Misal: meningkatkan kepuasan pelanggan
2. Identifikasi proses kunci
  - Support response
  - Delivery
  - Refund
3. Tentukan metrik yang mengukur proses tersebut
4. Pilih KPI yang paling berdampak
5. Definisikan KPI secara lengkap
6. Tentukan target realistis
7. Validasi dengan owner proses
8. Uji coba di dashboard
9. Lakukan refinements berdasarkan feedback



# Studi Kasus (Shopee – Delivery Performance)

- Strategy Goal: “Fast & Reliable Delivery”
- KPI Primer:
  - On-Time Delivery Rate
  - Hub Processing Time
  - Courier Productivity
  - Failed Delivery Rate
  - Customer Complaint Rate
- Mengapa efektif?
  - Data real-time
  - Bisa drill-down ke kurir & wilayah
  - Actionable



# Latihan

1. Tentukan satu tujuan strategis organisasi pilihan Anda
2. Susun 5 KPI yang relevan
3. Definisikan formula & sumber datanya
4. Buat target dan threshold
5. Jelaskan alasan KPI tersebut efektif