

## DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	
	vi
DAFTAR TABEL.....	
	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
INTISARI.....	xiii
ABSTRAKSI.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.6 Lingkup Penelitian.....	7

1.7	Keaslian Penelitian.....	8
1.8	Sistematika Penulisan.....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>		<b>10</b>
2.1	Landasan Teori.....	10
2.1.1	<i>Front Line People</i> .....	10
2.1.2	Tugas <i>Frontliner</i> .....	10
2.2	<i>Definisi Layout</i> .....	15
2.3	<i>Lean Thinking</i> .....	17
2.4	<i>Value Added Activity</i> dan <i>Non Value Added Activity</i> .....	18
2.5	<i>Cycle Time</i> , <i>Normal Time</i> , dan <i>Standard Time</i> .....	20
2.6	Define, Measure, Analyze, Improve, Control (DMAIC).....	20
2.7	Value Stream Mapping.....	20
2.8	Diagram Tulang Ikan.....	21
2.9	Kajian Penelitian Terdahulu.....	21
2.10	Kerangka Penelitian.....	23
<b>BAB III METODA PENELITIAN.....</b>		<b>24</b>
3.1	Desain Penelitian.....	24
3.1.1	Tempat dan Waktu Penelitian.....	24
3.1.2	Gambaran Umum Perusahaan.....	24
3.2	Metode Pengumpulan Data.....	26

3.2.1 Sumber Data.....	26
3.3 Instrumen Penelitian.....	27
3.3.1 Alat Analisis.....	27
3.4 Metoda Analisis Data .....	29
3.4.1 Variabel Penelitian.....	29
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>37</b>
4.1 Deskripsi Data.....	37
4.1.1 Tempat dan Waktu Pelaksanaan Penelitian.....	37
4.1.2 Alur Kegiatan <i>Front Line People</i> Terhadap Konsumen. ....	37
4.2 Pembahasan.....	38
4.2.1 Define.....	38
4.2.1.1 <i>Data Voice of Customer</i> . ....	38
4.2.1.2 Suplier, Input, Proses, Output, Customer (SIPOC). ....	39
4.2.2 Measure.....	40
4.2.2.1 Value Stream Analysis Tools.....	40
4.2.2.2 Process Activity Mapping .....	49
4.2.2.3 Kategori Aktivitas.....	58
4.2.2.4 Current Value Stream Mapping.....	63
4.2.2.5 Aliran Informasi dan Fisik Pelanggan.....	65
4.2.2.6 Aliran Informasi dan Fisik <i>Front Line People</i> Honda.....	67
4.2.3 Analyze.....	72
4.2.3.1 Analisis Pemetaan Kondisi Sekarang.....	72
4.2.3.2 Diagram Tulang Ikan.....	74

4.2.3.3 Identifikasi Sebab Dominan.....	74
4.2.4 Improve.....	75
4.2.4.1 Usulan Perbaikan.....	75
4.2.4.2 Process Activity Setelah Perbaikan.....	77
4.2.4.3 Future Value Stream Mapping.....	86
4.2.5 Control.....	89
 <b>BAB V SIMPULAN.....</b>	 <b>90</b>
5.1 Simpulan.....	90
5.2 Implikasi.....	91
5.3 Keterbatasan.....	92
5.4 Saran.....	92
 <b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
 <b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Metode Pengambilan Data.....	26
Tabel 3.2 Pengukuran Waktu Proses Standar Layanan <i>One Heart With Care</i> <i>Sales Counter</i> .....	29
Tabel 3.3 Pengukuran Waktu Proses Standard Layanan <i>Service Advisor/</i> <i>Mekanik Menerima Konsumen Saat Pendaftaran Servis</i> .....	31
Tabel 4.1 <i>Voice Of Customer</i> Proses Layanan Front Line People Honda.....	39
Tabel 4.2 SIPOC Dalam Pelayanan <i>Front Line People</i> Showroom.....	39
Tabel 4.3 SIPOC Dalam Pelayanan <i>Front Line People</i> AHASS/ Bengkel....	40
Tabel 4.4 Temuan <i>Non Value Added Activity</i> Pada Proses Layanan Front Line People Honda di dalam Showroom.....	41
Tabel 4.5 Temuan <i>Non Value Added Activity</i> Pada Proses Layanan Front Line People Honda di dalam AHASS.....	44
Tabel 4.6 <i>Waste</i> yang Terjadi Pada Proses Layanan <i>Front Line People</i> Honda.....	47
Tabel 4.7 <i>Score</i> Hasil kuisisioner.....	48
Tabel 4.8 Hasil <i>Value Stream Analysis Tools</i> .....	48
Tabel 4.9 <i>Standard Process Activity Mapping</i> di <i>Showroom</i> .....	49
Tabel 4.10 <i>Standard Process Activity Mapping</i> di AHASS/ Bengkel.....	51
Tabel 4.11 Perhitungan Waktu Proses Activity Mapping di Showroom Observasi ke-1 hingga ke-24 (Detik).....	55

Tabel 4.12 Perhitungan Waktu PAM di AHASS Observasi ke-1 hingga ke-24 (Detik).....	55
Tabel 4.13 <i>Process Activity Mapping Showroom – Current State</i> .....	56
Tabel 4.14 <i>Process Activity Mapping AHASS – Current State</i> .....	57
Tabel 4.15 Kategori Aktivitas <i>Front Line People</i> di showroom.....	58
Tabel 4.16 Kategori Aktivitas <i>Front Line People</i> di AHASS.....	61
Tabel 4.17 Analisa <i>Current Lead Time, Cycle Time</i> dan <i>Productivity Cycle Efficiency Showroom</i> .....	73
Tabel 4.18 Analisa <i>Current Lead Time, Cycle Time</i> dan <i>Productivity Cycle Efficiency AHASS</i> .....	73
Tabel 4.19 Verifikasi Sebab.....	74
Tabel 4.20 Usulan Perbaikan atau Improvement.....	75
Tabel 4.21 <i>Process Activity Mapping Showroom</i> dan AHASS Future State.	85
Tabel 4.22 Analisa <i>Current State</i> dan <i>Future State Showroom</i> serta AHASS.	88
Tabel 4.23 Contoh <i>Improvement Plan</i> .....	89

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Demografi Konsumen Sepeda Motor Honda Tahun 2016-2017 di PT. Wahana Makmur Sejati.....	2
Gambar 1.2 Indeks rata-rata hasil survey proses layanan dealer dan <i>premises</i> dealer SmH di PT. Wahana Makmur Sejati.....	3
Gambar 1.3 Indeks hasil survey proses layanan dealer terhadap volume penjualan di dealer SmH main dealer PT. Wahana Makmur Sejati.	3
Gambar 2.1 <i>Do &amp; Donts</i> Perilaku Penting Seorang <i>Frontliner People</i> .....	15
Gambar 3.1 <i>Dealer Profile</i> Clara 2, Jakarta Barat.....	25
Gambar 3.2 <i>Layout</i> Clara 2 Jakarta Barat.....	25
Gambar 4.1 Alur Kegiatan Antara <i>Front Line People</i> dan Konsumen Showroom.....	37
Gambar 4.2 Alur Kegiatan Antara <i>Front Line People</i> dan Konsumen AHASS.....	38
Gambar 4.3 <i>Current Activity Value Added</i> dan <i>Non Value Added</i> .....	56
Gambar 4.4 <i>Spagety Diagram flow proses layout existing</i> .....	64
Gambar 4.5 <i>Current Value Stream Mapping</i> .....	65
Gambar 4.6 Alur Proses <i>Customer Experience Map</i> di Dalam Showroom..	66
Gambar 4.7 Proses <i>Customer Experience Map</i> di Dalam AHASS.....	66
Gambar 4.8 Alur Proses Layanan <i>Security</i> .....	67
Gambar 4.9 Alur Proses Layanan <i>Greeter</i> .....	68
Gambar 4.10 Alur Proses Layanan <i>Service Advisor</i> .....	71

Gambar 4.11 Diagram tulang ikan proses layanan <i>front line people</i> Honda..	74
Gambar 4.12 Analisa hubungan antar sel/ ruang kerja.....	77
Gambar 4.13 Analisa <i>bubble diagram</i> hubungan antar sel/ ruang kerja.....	78
Gambar 4.14 Impresi <i>showroom entrance</i> .....	79
Gambar 4.15 Impresi <i>motorcycle display</i> .....	79
Gambar 4.16 Impresi <i>negotiation table</i> .....	79
Gambar 4.17 Impresi <i>sales front dan finance front</i> .....	80
Gambar 4.18 Impresi <i>chasier</i> .....	80
Gambar 4.19 Impresi <i>waiting area</i> .....	81
Gambar 4.20 Impresi <i>service advisor desk</i> .....	82
Gambar 4.21 Impresi <i>service front desk</i> .....	82
Gambar 4.22 Impresi <i>service pit</i> .....	82
Gambar 4.23 Impresi <i>final inspection pit</i> .....	83
Gambar 4.24 Impresi <i>spare part area</i> .....	83
Gambar 4.25 Impresi <i>genuine accessories dan merchandising area</i> .....	83
Gambar 4.26 Analisa Zoning diagram hubungan antar sel/ ruang kerja.....	84
Gambar 4.27 Analisa rencana <i>future layout</i> beserta <i>spageti diagram flow</i> <i>process front line people</i> di area showroom dan AHASS.....	85
Gambar 4.28 <i>Future Value Stream Mapping</i> proses layanan <i>front line people</i> di dalam showroom.....	87
Gambar 4.29 <i>Future Activity Value Added Activity</i> dan <i>Non Value Added</i> <i>Activity</i> .....	88