

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Rangkaian proses dari program PCI ini meliputi tahap identifikasi masalah, analisis sumber masalah, dan pengajuan alternatif solusi bagi PT Kencana Internusa Artha Finance pada bagian divisi *Marketing Research & Development*. Tujuan dari proyek perbaikan ini adalah meningkatkan produktivitas kerja *Credit Marketing Officer* dalam rangka usaha meningkatkan penjualan perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis data kuantitatif dan kualitatif yang diperoleh melalui keterlibatan penulis selama masa magang.

Masalah utama yang dipilih adalah proses pengolahan aplikasi yang panjang dan memakan waktu lama, maka salah satu fokus dari tujuan perbaikan adalah efisiensi waktu pada proses pengolahan aplikasi. Teori yang digunakan oleh penulis untuk mengidentifikasi masalah adalah *fishbone diagram* dan *survey*. Sebagai Landasan pendekatan konseptual, penulis menggunakan teori *motivation hygiene theory* dan *flowchart*. Melalui rangkaian aplikasi teori tersebut maka solusi terbaik yang dipilih adalah menghilangkan proses survei eksternal dan penambahan insentif bagi *dealer* dan CMO.

Melalui aplikasi solusi terbaik dan rencana satu tahun ke depan yang dijalankan dengan disiplin, diproyeksikan PT Kencana Internusa Artha Finance akan mampu mencapai target penjualan.

## EXECUTIVE SUMMARY

Conjunction of process within this PCI Program includes problem identification stage, analysis of the source from identified problem, and submission of alternative solutions for PT Kencana Internusa Artha Finance on Marketing Research & Development division. The purpose of the improvement project is to improve Credit Marketing Officer productivity to increase sales of the company. The method used in this research is the analysis of quantitative and qualitative data obtained through the involvement of the author during her internship.

The main problem selected is the long and slow process in the company , therefore one of focus of the improvement project is time efficiency in processing the application. The theories used by the author to identify the problem are fishbone diagrams and survey. As the foundation of the conceptual approach, the author uses the theories of motivation hygiene theory and flowchart. Through the conjunction of applied theories, the best solution selected is to cut the external survey process and increase the incentive for dealer and CMO.

Through the application of the best solution and plan for the upcoming year which expected to be run with full discipline, PT Kencana Internusa Artha Finance are projected will be able to achieve their sales target.