

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Oriskin merupakan salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang *Health and Beauty* di Indonesia. Oriskin didirikan pada tahun 2014 dan berpusat di daerah Mangga Besar, Jakarta Barat. Sejauh ini, Perusahaan Oriskin telah memiliki 30 jumlah cabang di seluruh Indonesia. Oriskin menggunakan model bisnis *franchise*, dengan setiap cabang Oriskin diurus oleh pengelola cabang (*Branch manager*). Saat ini, fokus perusahaan ialah untuk terus melakukan ekspansi ke berbagai daerah di Indonesia yang belum memiliki klinik Oriskin. Setelah melakukan riset primer dan sekunder secara langsung terhadap pihak manajerial di Oriskin, penulis dan pihak internal perusahaan sepakat terhadap permasalahan yang dialami Oriskin, di antara lain adanya Inkonsistensi Pelayanan di tiap cabang Oriskin, adanya inkonsistensi branding, Leads Marketing yang tidak efektif dan rendahnya tingkat sumber daya manusia.

Kami melakukan pembobotan terhadap keempat permasalahan yang ditemukan di Oriskin dengan menggunakan *Pareto Analysis* dan *Severity-Urgency Matrix* untuk mencari tahu fokus utama dari permasalahan. Berdasarkan hasil analisis Pareto dan Severity, permasalahan utama yang disepakati untuk program pengembangan adalah Inkonsistensi Pelayanan di tiap cabang Oriskin. Setelah itu, kelompok menggunakan analisa *fishbone* dan juga *interrelationship diagram* untuk menemukan akar permasalahan, yaitu belum adanya *Standard Operating Procedure* layanan, yang menjadi penyebab utama dari berbagai permasalahan inkonsistensi yang muncul. Dengan menggunakan diagram keputusan, kelompok kemudian menghitung indikator yang menjadi solusi terbaik, dan memutuskan untuk mengimplementasikan-nya ke perusahaan. Strategi tersebut adalah **Standard Operating Procedure dan Paket Kemitraan dalam bentuk Brand Guideline**. Setelah implementasi dalam periode 1 bulan terakhir dengan adanya koordinasi internal, proses implementasi, dan implementasi lanjutan, kelompok pun telah sukses mengimplementasikan solusi tersebut di perusahaan Oriskin.

## EXECUTIVE SUMMARY

*Oriskin is one of the prestigious Health & Beauty Clinics in Indonesia. This company was founded in 2014 and its headquarters is located in West Jakarta, precisely in Mangga Besar. Until now, Oriskin has had up to 30 branches across Indonesia, but mainly located in Java Island. Oriskin has a vision, which is to be the first beauty clinic in Indonesia with the IPO status, while providing ultimate beauty care as a number one solution in treating and enhancing the beauty of both men and women in Indonesia. Oriskin's main focus at the moment is to expand their brand across Indonesia. The writers began their project improvement program with qualitative research, by doing in-depth interviews with the internal executives, both writers and the company's director agreed with a main problem in hand which halts Oriskin's further progress. That is the inconsistency of services provided by each branch. Other complications include the branding inconsistency, ineffectiveness of leads marketing, and finally the lack of manpower.*

*We take another step in our progress in order to find the priority of our engagement. By doing Pareto Analysis and the Severity-Urgency Matrix as our framework, we decided to find the main complication, which is the inconsistency of services provided from each branch. The group also utilizes fishbone analysis and interrelationship diagram to find the root of the problem, namely the absence of a Service Standard Operating Procedure, which causes the various inconsistencies that have arisen. Using the decision diagram, the group then calculates which is the best solution, and decided The strategy is a Standard Operating Procedure and partnership package in the form of a Brand Guideline. After implementation in the last 1 month period with internal coordination, implementation process, and follow-up implementation, the group has successfully implemented the solution at the Oriskin company.*