

## ABSTRAK

PT. Setialim Gunung Sari merupakan perusahaan tekstil yang memproduksi produk *cleaner*. Selama ini perusahaan mengukur kinerjanya hanya dari total penjualan saja (aspek *financial*). Pengukuran kinerja pada aspek keuangan saja tidak cukup untuk mengetahui kinerja perusahaan, karena pengukuran kinerja tersebut hanya untuk jangka pendek dan tidak bisa menjamin keberlanjutan perusahaan di masa depan. Oleh karena itu, pengukuran kinerja perlu diukur dari berbagai aspek, yaitu aspek *financial*, aspek *customer*, aspek *internal business process* dan aspek *learning and growth*. Dengan metode *Balanced Scorecard* dapat diketahui kinerja perusahaan secara keseluruhan dengan mengacu pada visi, misi dan strategi perusahaan, kemudian menghubungkan strategi kedalam KPI sehingga didapat KPI sebagai berikut : *Marketing Staff Productivity, Level of Absenteesism, Percentage of employee retention, Number of new variant product, Percentage of defect product, Number of new agent, Number of new customer, Number of complaint, Percentage of customer retention, Compound sales growth ratio, Net profit margin on sales, Ratio return on assets*.

Pembobotan untuk setiap perspektif dan tiap KPI dilakukan dengan menggunakan software *Expert Choice*, kemudian didapatkan hasil sebagai berikut : 11,1% perspektif *learning and growth*, 22,2% perspektif *internal business process*, 44,4% perspektif *customer*, 22,2% perspektif keuangan. Pengukuran kinerja dengan menggunakan metode *Balanced Scorecard* melibatkan 12 KPI dimana pada perspektif *learning and growth*, tolak ukur yang digunakan adalah *Marketing Staff Productivity (MSP), Level of Absenteesism (LA), Percentage of Employee Retention (PER)*. pada perspektif *Internal Business Process*, tolak ukur yang digunakan adalah *Number of New Variant Product (NNVP), Percentage of Defect Product (PDP), Number of New Agent (NNA)*. Pada perspektif *customer*, tolak ukur yang digunakan adalah *Number of New Customer (NNC), Number of Complaint (NC), Percentage of Customer Retention (PER)*. Pada perspektif *financial*, PT. Setialim Gunung Sari menggunakan tolak ukur *Compound Sales Growth Ratio (CSGR), Net Profit Margin on Sales (NPM), Ratio Return on Assets (ROA)*.

Data yang digunakan dalam pengukuran adalah 8 periode, yaitu pada tahun 2013 sampai Desember tahun 2014 yang terbagi menjadi 8 periode. Dimana satu periode terdiri dari 3 bulan. Kinerja PT. Setialim Gunung Sari selama 8 periode pengukuran mengalami peningkatan dan penurunan. Hasil nilai kinerja perusahaan ini menggunakan *range score* 1-3, dimana nilai satu adalah kinerja perusahaan sangat tidak baik sampai dengan tiga adalah kinerja perusahaan sangat baik. Kinerja pada tahun 2013 periode I adalah yang terbaik sedangkan pada tahun 2014 periode I dan IV adalah yang paling rendah. Untuk menentukan KPI yang diperbaiki digunakan analisis kuadran dengan memperhatikan bobot global dan bobot prioritas untuk menentukan KPI tersebut berada di kuadran mana. Setelah itu memperbaiki KPI yang berada di kuadran satu karena memiliki bobot global yang tinggi dan bobot prioritas yang tinggi juga, terdapat dua KPI yang berada di kuadran satu yaitu : *number of new agent* dan *compound sales growth ratio*. Kemudian memeriksa *cause effect* hubungan antar KPI untuk mencari penyebab masalah pada KPI-KPI tersebut, dan akhirnya didapatkan empat KPI untuk diperbaiki yaitu : *marketing staff productivity, number of new agent, number of new customer, dan compound sales growth ratio*.

Dari analisis sebab akibat diperoleh enam *action plan* sebagai berikut melakukan mencari bahan baku lebih murah dengan kualitas setara, pemberian diskon kepada konsumen jika membeli dalam jumlah besar, memberikan bonus intensif kepada sales jika mencapai target, promosi melalui media sosial, menetapkan satu orang sebagai koordinator rekrutmen agen, memberikan bonus tambahan kepada sales jika mendapat customer baru.

**Keywords : Kinerja, Balanced Scorecard, Cleaner Product.**