

# **PENILAIAN KINERJA DIVISI PEMASARAN DENGAN PENDEKATAN *BALANCED SCORECARD* DI PT. PRIMAGRAHA KERAMINDO**

Theresia Maurice – 1100028681

## **ABSTRAK**

*Penelitian ini dilakukan pada divisi pemasaran PT Primagraha Keramindo yang bergerak di industri keramik dan merupakan distributor keramik bermerek Arwana. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan Balanced Scorecard pada divisi pemasaran PT Primagraha Keramindo, yaitu hasil berupa angka penilaian 1-5 yang menandakan kinerja perusahaan baik atau buruk. Jika kinerja buruk, maka perusahaan harus segera mengoptimalkan sumber daya yang ada untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Metode yang digunakan dalam skripsi ini adalah Balanced Scorecard, yang bertujuan mengukur kinerja dari empat perspektif diantaranya perspektif keuangan, perspektif pelanggan, perspektif proses bisnis internal, dan perspektif pertumbuhan dan pembelajaran. Metode ini mengukur secara seimbang faktor keuangan dan non-keuangan. Penilaian dilakukan dengan mengambil data sekunder dari perusahaan dan melakukan penilaian objektif pada tiap perspektif. Kesimpulan dari penelitian ini adalah kinerja perusahaan bernilai 2.75 atau memiliki kinerja buruk ( $2 - 2.99 =$  kinerja buruk). Melihat angka ini, berarti masih banyak yang harus dioptimalkan oleh perusahaan untuk meningkatkan kinerjanya dan bertahan di industri.*

**Kata Kunci:** *Kinerja, Balanced Scorecard, Perspektif keuangan, perspektif non-keuangan*