



Analisis Manajemen Kinerja Perusahaan Dalam Meningkatkan Produksi Billboard CV Kreasi Menggunakan BSC

Icha Putri Adestiani^{1*}, Iqbal Abdul Jalil², Pandu Dewanata Putra³, Sumarno⁴, Resya Dwi Marselina⁵

^{1,2,3,4,5}Fakultas Manajemen dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Teknologi Digital, Kota Bandung, Indonesia

Email: ¹ichaputriadestiani2@gmail.com, ²resyadwi@digitechuniversity.ac.id

(* : coressponding author)

Abstrak – Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen kinerja perusahaan CV Kreasi periode 2022–2024 menggunakan metode Balanced Scorecard (BSC). Metode ini dipilih karena mampu memberikan gambaran kinerja secara menyeluruh melalui empat perspektif: keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, serta pembelajaran dan pertumbuhan. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh indikator kinerja mengalami peningkatan signifikan, dengan skor maksimum 15 dari 15. Kinerja keuangan, loyalitas pelanggan, efisiensi proses produksi, serta pelatihan karyawan menunjukkan hasil yang sangat baik. Penerapan BSC terbukti efektif dalam menyelaraskan strategi dan operasional perusahaan, serta memberikan arah yang lebih terstruktur dalam peningkatan kinerja. Temuan ini menunjukkan bahwa pendekatan BSC dapat diadaptasi secara optimal oleh perusahaan menengah sebagai alat strategis untuk pertumbuhan berkelanjutan.

Kata Kunci: Balanced Scorecard; CV Kreasi; Manajemen Kinerja; Produksi Billboard

Abstract – This study aims to analyze the performance management of CV Kreasi during the 2022–2024 period using the Balanced Scorecard (BSC) method. BSC was chosen for its ability to provide a comprehensive view of organizational performance through four main perspectives: financial, customer, internal business processes, and learning and growth. A descriptive qualitative approach was applied, with data collected through interviews, observation, and documentation. The results indicate a significant improvement across all performance indicators, with a maximum score of 15 out of 15. Financial growth, customer loyalty, production efficiency, and employee development showed excellent performance. The implementation of BSC proved effective in aligning company strategy with operations and provided a structured framework for improving performance. This finding demonstrates that BSC can be successfully adapted by medium-sized enterprises as a strategic tool for sustainable growth.

Keywords: Balanced Scorecard; CV Kreasi; Performance Management; Billboard Production

1. PENDAHULUAN

Pengukuran kinerja perusahaan saat ini menjadi sangat penting untuk menilai pencapaian dan merencanakan strategi di masa depan. Kinerja tidak hanya dipandang dari segi keuangan seperti anggaran dan profit, tetapi juga dari segi non-keuangan yang mencerminkan strategi dan efisiensi organisasi secara menyeluruh. Pada saat yang sama, menurut The Journal of Economics Management Accounting (Rahmawati, 2022) penerapan manajemen kinerja yang konsisten membantu organisasi dalam mencapai tujuannya. Penelitian ini menekankan betapa pentingnya indikator kinerja utama (KPI) sebagai salah satu alat ukur dalam mengevaluasi kinerja di tingkat individu atau organisasi, secara signifikan, di setiap level.

Dalam studi (Marselina, 2020) menyatakan bahwa Balanced Scorecard (BSC) adalah pendekatan untuk mengukur hasil kerja yang memberikan gambaran menyeluruh terhadap aktivitas operasional perusahaan. BSC mencakup empat perspektif kunci yaitu keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, serta pembelajaran dan pertumbuhan, yang saling terhubung dan mampu menyampaikan visi, misi, serta strategi perusahaan kepada seluruh bagian organisasi. Menurut (Kamaratih & Maqsudi, 2024) perusahaan mengalami kesulitan dalam menjaga kinerja yang stabil di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat serta jumlah kompetitor yang terus bertambah.

Relevansi dengan Journal International of Management and Entrepreneurship (Mokoagow, 2023) menyatakan bahwa pengelolaan kinerja sangat dipengaruhi oleh budaya organisasi serta jenis kepemimpinan yang diterapkan. Penelitian menunjukkan bahwa budaya organisasi yang mendukung inovasi dan komunikasi.



CV Kreasi adalah perusahaan yang bergerak di bidang outdoor advertising seperti billboard dan neon box. Meskipun telah beroperasi cukup lama dan memiliki basis klien yang luas, evaluasi kinerja yang digunakan selama ini hanya berfokus pada profitabilitas. Hal ini mengakibatkan kurangnya kemampuan dalam mengidentifikasi penyebab penurunan kinerja dari aspek non-finansial, seperti menurunnya produktivitas karyawan atau beralihnya pelanggan ke kompetitor. Padahal, seperti dikemukakan oleh (Sarraf & Nejad, 2020) BSC tidak hanya memberikan pengukuran kinerja, tetapi juga membantu perencana dalam mengidentifikasi tindakan strategis dan metrik yang relevan.

Kondisi ini menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana hubungan antara perspektif dalam BSC dengan kinerja aktual perusahaan. Sejauh mana penerapan BSC dapat membantu CV Kreasi mengevaluasi dan meningkatkan produksi billboard secara komprehensif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen kinerja CV Kreasi berdasarkan empat perspektif BSC guna memberikan gambaran objektif tentang efektivitas strategi yang diterapkan, serta merekomendasikan langkah strategis dalam meningkatkan daya saing perusahaan di industri periklanan luar ruang.

Balanced Scorecard pertama kali diperkenalkan oleh (Kaplan et al., 1996) dan hingga saat ini telah menjadi dasar dalam pengukuran dan pengelolaan kinerja modern. Pendekatan ini menjadikan strategi bukan sekadar slogan, tetapi diimplementasikan dalam tindakan nyata di seluruh bagian perusahaan. Penelitian yang telah dilakukan oleh (Sundari et al., 2024) menyatakan bahwa berdasarkan buku Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action, yang diterbitkan oleh Kaplan dan Norton (1996) Balanced Scorecard dibagi menjadi empat sudut pandang utama, yaitu:

a. Perspektif Keuangan

Sudut pandang ini menyoroti profitabilitas dan mencerminkan kinerja masa lalu dari sebuah organisasi. Indikator yang umumnya digunakan meliputi laba operasional, pertumbuhan penjualan, dan pengembalian investasi. Walaupun sangat penting, perspektif ini hanya menunjukkan riwayat kinerja organisasi. Balanced Scorecard mengaitkan elemen keuangan dengan perspektif lainnya melalui hubungan sebab-akibat untuk menampilkan dampaknya terhadap tujuan finansial. Sedangkan laporan keuangan berfungsi sebagai alat utama dalam menganalisis performa keuangan perusahaan (Mardiana, 2023)

b. Perspektif Pelanggan

Sudut pandang ini menekankan pada sasaran pelanggan dan pangsa pasar. Manajemen harus memahami kedua aspek ini agar bisa menyusun strategi yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan dari pelanggan. Indikator yang digunakan mencakup pangsa pasar, tingkat kepuasan pelanggan, retensi pelanggan, dan akuisisi pelanggan baru.

c. Perspektif Proses Bisnis Internal

Sudut pandang ini berhubungan dengan kegiatan operasional yang bertujuan untuk memenuhi ekspektasi pelanggan. Organisasi perlu mengenali proses internal yang memiliki dampak besar terhadap kepuasan pelanggan dan pemegang saham. Fokus utamanya meliputi efisiensi, pemanfaatan teknologi, pelayanan purna jual, dan inovasi demi memenuhi kebutuhan saat ini dan di masa depan.

d. Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan

Walaupun sering kali tidak terlihat, sudut pandang ini memiliki peran penting sebagai pendorong kinerja sebuah organisasi. Fokus utamanya adalah pada peningkatan kemampuan karyawan serta budaya dalam organisasi tersebut. Tanggung jawab manajemen adalah untuk memperkuat kemampuan karyawan melalui program pelatihan dan pengembangan profesional, yang pada gilirannya berkontribusi pada peningkatan kepuasan kerja dan kinerja keseluruhan organisasi.

Selanjutnya, menurut (Andriono, 2022) Balanced Scorecard merupakan suatu konsep dalam pengukuran kinerja perusahaan yang memberikan keseimbangan pada penilaian organisasi, yang sebelumnya terlalu menekankan pada aspek finansial dan pendapatan. Hal ini menjadi krusial bagi



CV Kreasi agar strategi bisnisnya tidak bersifat umum, tetapi sesuai dengan keadaan produksi yang ada di lapangan. Kombinasi antara Business Model Canvas, Balanced Scorecard, dan Quality Function Deployment dapat menciptakan sistem manajemen kinerja yang lebih adaptif dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan. Dalam konteks produksi billboard, pendekatan ini dapat menjembatani strategi bisnis dengan implementasi teknis produksi di lapangan (Zaky, 2023).

Disertasi (Armstrong, 2021) menguraikan bagaimana BSC dapat melakukan penilaian terhadap kinerja karyawan secara komprehensif, terutama dalam sektor telekomunikasi. Ia menemukan bahwa partisipasi karyawan dalam proses penilaian kinerja berperan penting bagi keberhasilan penerapan strategi. Hal ini bisa menjadi pelajaran berharga untuk CV Kreasi, di mana peningkatan produksi billboard sangat dipengaruhi oleh kinerja tim produksi. Maka dikatakan (Subhan, 2024) salah satu manfaat dan keuntungan utama dari BSC adalah kemampuannya untuk menyatukan berbagai aspek kinerja yang sebelumnya mungkin terabaikan atau dikelola secara terpisah. Salah satu perspektif, yaitu perspektif pelanggan, menekankan pentingnya memahami serta memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Indikator kinerja utama dalam perspektif ini mungkin mencakup tingkat kepuasan pelanggan, kesetiaan pelanggan, dan pangsa pasar.

2. METODE

2.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus untuk memahami performa CV Kreasi dalam meningkatkan produksi billboard melalui Balanced Scorecard (BSC). Pendekatan ini dipilih agar peneliti dapat mengkaji proses dan dinamika internal perusahaan secara kontekstual dan menyeluruh.

Data yang digunakan terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur dengan Ibu Yuli Yuliawati selaku Direktur Utama dan Kepala Pemasaran. Sementara itu, data sekunder berasal dari dokumen internal perusahaan seperti laporan keuangan, produksi, dan kebijakan kerja.

Teknik pengumpulan data mencakup wawancara, dokumentasi, dan observasi terbatas. Wawancara menggali strategi perusahaan, dokumentasi mendukung validitas data, dan observasi dilakukan untuk melihat langsung proses kerja di lapangan..

2.2. Metode Analisa

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan analisis isi, yaitu dengan mempelajari dan menginterpretasikan data dari empat perspektif Balanced Scorecard: aspek keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, dan pengembangan serta pembelajaran. Setiap perspektif dianalisis berdasarkan indikator-indikator yang relevan dan berasal dari teori Kaplan dan Norton (1992). Data yang telah dikumpulkan dianalisis dengan cara mengidentifikasi pencapaian kinerja di masing-masing perspektif, mengelompokkan data sesuai dengan indikator yang ada, serta memberikan penilaian dengan menggunakan skala skor.

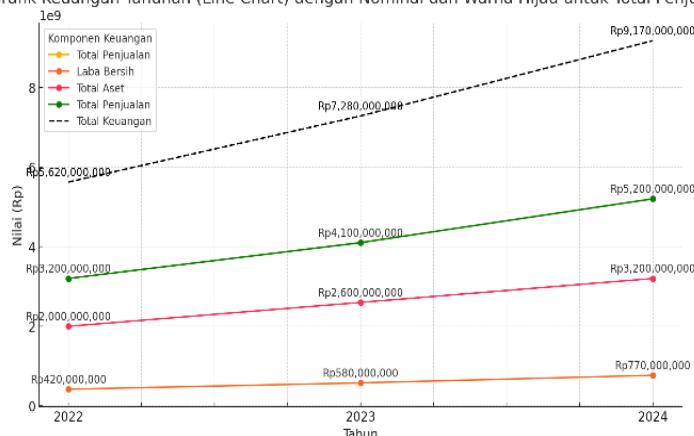
Variabel dalam studi ini adalah variabel non-eksperimental yang dikelompokkan menurut empat sudut pandang dalam Balanced Scorecard (BSC). Penilaian variabel dilakukan dengan metode skoring sederhana, yang mengalokasikan skor +1 untuk indikator yang menunjukkan peningkatan, 0 untuk kondisi yang tidak berubah, dan -1 untuk penurunan kinerja. Semua skor dari setiap indikator dijumlahkan untuk mendapatkan total skor bagi masing-masing perspektif. Setelah itu, skor akhir tersebut digunakan untuk menilai kinerja perusahaan secara keseluruhan, berdasarkan rentang penilaian yang diambil dari model evaluasi Nurhayati dalam Atmojo (2005).

Alasan memilih pendekatan Balanced Scorecard dalam penelitian ini adalah karena metode ini memungkinkan perusahaan untuk mengevaluasi kinerja tidak hanya berdasarkan laporan keuangan, tetapi juga melibatkan dimensi non-finansial yang selama ini sering teraba oleh CV Kreasi. Penerapan BSC dalam konteks perusahaan menengah di bidang jasa periklanan visual adalah suatu upaya untuk memperbarui kerangka evaluasi kinerja yang sebelumnya bersifat konvensional. Dengan demikian, pendekatan ini tidak hanya relevan secara teoritis, tetapi juga memiliki nilai

praktis yang tinggi, karena dapat menggambarkan faktor-faktor strategis yang berperan dalam pencapaian kinerja secara menyeluruh.

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

Grafik Keuangan Tahunan (Line Chart) dengan Nominal dan Warna Hijau untuk Total Penjualan



Gambar 1. Grafik Keuangan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja CV Kreasi secara keseluruhan tergolong sangat baik menurut analisis menggunakan metode Balanced Scorecard (BSC). Melalui evaluasi terhadap empat sudut pandang utama, yakni keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, serta pembelajaran dan pertumbuhan, diperoleh total skor 15 dari maksimum 15, yang menandakan bahwa setiap indikator menunjukkan peningkatan kinerja selama masa pengamatan tahun 2022–2024. Skor tersebut mencerminkan bahwa strategi yang diterapkan oleh perusahaan telah sejalan dengan visi dan misinya, serta berhasil diterjemahkan ke dalam tujuan operasional yang dapat diukur.

Dari segi keuangan, peningkatan laba bersih, omzet penjualan, dan pertumbuhan aset menjadi indikator utama yang menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengelola sumber dayanya secara efisien.

3.1 Perspektif Keuangan

Berdasarkan informasi laporan keuangan CV Kreasi selama periode 2022 hingga 2024, tampak adanya pola pertumbuhan yang menguntungkan dalam berbagai aspek finansial perusahaan. Total penjualan mengalami peningkatan yang stabil, dari Rp 3,2 miliar di tahun 2022 menjadi Rp 5,2 miliar di tahun 2024, dengan rata-rata pertumbuhan kira-kira 25% setiap tahunnya. Kenaikan ini menggambarkan adanya permintaan yang lebih tinggi terhadap produk atau layanan yang disediakan oleh perusahaan, serta kemungkinan keberhasilan dalam memperluas pasar.

Di samping itu, laba bersih perusahaan mencatatkan pertumbuhan yang signifikan, dari Rp 420 juta pada tahun 2022 menjadi Rp 770 juta pada tahun 2024. Kenaikan ini bahkan melebihi pertumbuhan penjualan, yang menunjukkan bahwa efisiensi operasional perusahaan telah meningkat, seperti dalam pengendalian biaya produksi atau perbaikan proses bisnis. Bersamaan dengan kenaikan laba, total aset perusahaan juga meningkat dari Rp 2 miliar menjadi Rp 3,2 miliar, yang menandakan bahwa perusahaan terus melakukan akumulasi kekayaan atau reinvestasi dari laba yang diperoleh.

Hal yang perlu diperhatikan adalah kenaikan Return on Assets (ROA) dari 21% menjadi 24% selama periode tersebut. Ini mengindikasikan bahwa perusahaan semakin baik dalam memanfaatkan asetnya untuk menciptakan keuntungan, yang menggambarkan peningkatan dalam manajemen aset seiring berjalannya waktu. Secara keseluruhan, performa keuangan CV Kreasi dalam tiga tahun terakhir menunjukkan pertumbuhan yang positif dan pengelolaan keuangan yang efisien, yang merupakan tanda baik untuk keberlangsungan dan prospek usaha di masa depan. Hal ini sejalan dengan teori Kaplan dan Norton (1996) yang menegaskan bahwa perspektif keuangan



mencerminkan hasil dari penerapan strategi yang berhasil di perspektif lainnya. Kenaikan Return on Asset (ROA) mencerminkan optimasi aset yang mendukung kestabilan keuangan dalam jangka panjang.

Meskipun hasil perspektif keuangan CV Kreasi sudah baik, namun menurut (Febrianto & Wardoyo, 2024) perusahaan masih perlu merumuskan pendekatan pengelolaan keuangan yang lebih efisien. Dengan melakukan pemantauan rasio keuangan secara teratur, melakukan perbandingan dengan standar industri, serta mengidentifikasi aspek yang perlu diperbaiki, seperti penghematan biaya dan peningkatan pendapatan, perusahaan dapat meningkatkan kinerja keuangannya. Pendekatan ini harus disesuaikan untuk mencapai tujuan finansial perusahaan sekaligus memastikan daya saingnya di pasar yang semakin ketat. Oleh karena itu, melalui pemahaman yang mendalam mengenai kondisi keuangan dan pengelolaan keuangan yang baik, CV Kreasi dapat memperbaiki kinerja keuangannya, menjaga kestabilan finansial, dan mencapai sasaran strategis dalam jangka panjang.

3.2 Perspektif Pelanggan

Dalam pandangan pelanggan, CV Kreasi berhasil mempertahankan kesetiaan pelanggan serta meningkatkan jumlah pesanan ulang. Kepuasan pelanggan mengalami peningkatan yang signifikan, yang terlihat dari jumlah keluhan yang rendah dan adanya testimoni positif. Hal ini memperkuat teori yang diajukan oleh (Sundari et al., 2024) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah salah satu indikator utama dalam menilai kinerja non-finansial yang berkelanjutan. Kaitan dengan penelitian sebelumnya oleh (Marselina, 2020) juga tampak jelas, di mana perusahaan yang mengedepankan kebutuhan pelanggan cenderung menunjukkan kinerja yang lebih baik dibandingkan yang hanya fokus pada indikator finansial.

3.3 Perspektif Proses Bisnis Internal

Perspektif proses bisnis internal menunjukkan adanya peningkatan efisiensi dalam waktu produksi serta inovasi produk yang berkelanjutan. Penerapan prosedur kerja yang lebih sistematis dan penyusunan SOP telah mempermudah dan mempercepat proses layanan serta produksi. Dengan memberi perhatian pada aspek internal, perusahaan dapat meningkatkan mutu, efisiensi, dan layanan, yang pada gilirannya akan menghasilkan dampak positif terhadap kinerja keuangan dan kepuasan pelanggan. Ini sejalan dengan prinsip efektivitas operasional yang dijelaskan oleh (Armstrong, 2021) yang menyatakan bahwa perbaikan proses internal membantu meningkatkan nilai tambah dalam rantai produksi.

3.4 Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan

Perspektif proses bisnis Selanjutnya, dari sudut pandang pembelajaran dan pertumbuhan, perusahaan menunjukkan komitmen yang serius terhadap pengembangan SDM. Kestabilan tenaga kerja meningkat berkat adanya program pelatihan rutin yang mendorong peningkatan keterampilan dan retensi karyawan. Kinerja dari perspektif ini menguatkan penelitian yang menekankan bahwa pendidikan dan pemberdayaan karyawan memiliki kontribusi terhadap kinerja organisasi secara keseluruhan. Selain itu, hasil ini menunjukkan kebaruan dalam praktik manajemen di CV Kreasi, yaitu meskipun perusahaan berukuran kecil hingga menengah, mereka telah menerapkan pendekatan strategis yang biasanya digunakan oleh perusahaan besar dalam pengembangan sumber daya manusia.

Hasil dari Balanced Scorecard pada aspek-aspek penilaian seperti keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, dan pembelajaran menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi. Dengan demikian, penilaian kinerja karyawan di Indomaret Kecamatan Serang Kota Serang telah berhasil dan memenuhi syarat dalam penilaian, serta mencapai tingkat kepuasan yang tinggi (Khaeruman et al., 2023)



Tabel 2. Ringkasan Skor Balanced Scorecard CV Kreasi Tahun 2022–2024

No	Perspektif	Skor	
1	Keuangan	4	Laba bersih, penjualan, aset, efisiensi aset
2	Pelanggan	4	Loyalitas pelanggan, kepuasan, kecepatan layanan
3	Proses Bisnis Internal	3	Efisiensi produksi, inovasi produk, SOP terstruktur
4	Pembelajaran & Pertumbuhan	4	Pelatihan, stabilitas tenaga kerja, peningkatan kompetensi
	Jumlah	15	

Sumber : data diolah peneliti

Dengan hasil tersebut, rata-rata kinerja perusahaan tercatat sebesar 1,00 yang menurut klasifikasi Nurhayati dalam Atmojo (2005), menunjukkan tingkat kinerja yang “baik”. Penilaian ini menunjukkan bahwa perkembangan tidak hanya terjadi pada aspek finansial, tetapi juga pada aspek non-finansial yang sangat penting untuk keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang. Ini menjadi perbedaan antara pendekatan Balanced Scorecard dengan metode evaluasi tradisional, yang sering mengabaikan elemen strategis di luar laporan keuangan. Inovasi dari hasil penelitian ini terletak pada suksesnya penerapan kerangka Balanced Scorecard di perusahaan menengah seperti CV Kreasi yang sebelumnya hanya memperhatikan indikator profitabilitas.

Dengan diterapkannya metode BSC, CV Kreasi sekarang memiliki panduan yang lebih komprehensif dalam merancang strategi dan menilai efektivitas operasional. Ini memberikan kesempatan bagi perusahaan lain di sektor UMKM untuk mengikuti praktik manajemen kinerja modern yang lebih strategis dan menyeluruh. Pada akhirnya CV Kreasi dapat menemukan hal yang kurang dalam proses bisnisnya dan menyusun strategi perbaikan yang lebih jelas serta berfokus pada jangka panjang setelah melihat hasil perhitungan dengan menggunakan metode BSC. Selain itu, ini juga mendorong transformasi budaya kerja di lingkungan perusahaan.

Untuk saat ini para karyawan sekarang memiliki wawasan yang lebih mendalam mengenai bagaimana kontribusi mereka memengaruhi pencapaian tujuan strategis perusahaan secara keseluruhan. Hal ini menciptakan kolaborasi yang lebih baik antara manajemen dan tim operasional, yang sebelumnya hanya fokus pada pencapaian target kuantitatif. Implementasi ini membuktikan bahwa kerangka strategi seperti BSC tidak hanya berlaku untuk perusahaan besar, tetapi juga sangat berguna dan dapat diterapkan oleh pelaku usaha di sektor UMKM. Sebuah Balanced Scorecard di CV Kreasi menunjukkan betapa pentingnya menggabungkan metrik kuantitatif dan kualitatif untuk menilai kinerja. Ranking yang tinggi dari perspektif pembelajaran dan pertumbuhan menunjukkan bahwa perusahaan berfokus pada pengembangan SDM sebagai aset strategis. Untuk menciptakan budaya kerja yang adaptif, perlu ada pelatihan yang lebih baik, stabilitas tenaga kerja, dan peningkatan kompetensi.

Peran BSC sebagai alat manajemen strategis, bukan sekadar alat ukur, diperkuat oleh skor yang lebih rendah dari perspektif proses bisnis internal, yang menunjukkan adanya peluang perbaikan, khususnya dalam hal efisiensi operasional dan penerapan SOP. Fungsi diagnostik BSC memungkinkan manajemen untuk menemukan kelemahan proses dan merumuskan strategi yang lebih tepat sasaran.

Selain itu, CV Kreasi berencana untuk membangun sistem pengukuran kinerja digital yang menggunakan dashboard. Ini akan memungkinkan pemantauan indikator secara real-time dan pengambilan keputusan berbasis data. Dengan inisiatif ini, perusahaan menunjukkan kesiapan mereka untuk mengadopsi teknologi dan memperkuat posisi UMKM dalam praktik manajemen kontemporer.



4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap CV Kreasi dengan menggunakan pendekatan Balanced Scorecard, dapat disimpulkan bahwa kinerja perusahaan secara keseluruhan berada dalam kategori baik. Dari perspektif keuangan, CV Kreasi menunjukkan pertumbuhan yang konsisten dari tahun ke tahun, baik dari sisi total penjualan, laba bersih, maupun efektivitas penggunaan aset. Peningkatan nilai Return on Assets (ROA) menjadi bukti bahwa perusahaan mampu mengelola sumber dayanya secara efisien dan optimal.

Pada perspektif pelanggan, perusahaan berhasil menjaga serta meningkatkan tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen melalui kualitas produk yang terus ditingkatkan serta pelayanan yang responsif dan fleksibel. Hal ini berdampak pada meningkatnya jumlah pelanggan tetap dan permintaan secara berkelanjutan.

Dari sisi proses bisnis internal, CV Kreasi telah melakukan berbagai inovasi dalam desain produk serta mengefisiensikan proses produksi. Penerapan prosedur kerja yang baik serta fokus pada layanan purna jual menjadikan proses internal perusahaan lebih efektif dan adaptif terhadap kebutuhan pasar. Sementara itu, dalam perspektif pembelajaran dan pertumbuhan, perusahaan secara aktif mengembangkan kompetensi sumber daya manusianya melalui pelatihan dan pembinaan karyawan. Peningkatan komitmen dan produktivitas karyawan turut mendukung stabilitas operasional perusahaan. Dengan skor total 1.00 pada pengukuran Balanced Scorecard, yang merupakan skor maksimal, maka secara menyeluruh dapat disimpulkan bahwa kinerja CV Kreasi berada dalam kondisi yang sangat baik dan mencerminkan keselarasan antara strategi perusahaan dengan pelaksanaan operasional di lapangan.

REFERENCES

- Andriono, F. (2022). *PERANCANGAN SISTEM MANAJEMEN KINERJA PERUSAHAAN MENGGUNAKAN BUSINESS MODEL CANVAS, BALANCED SCORECARD, DAN QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT: STUDI KASUS PADA PT AGOS*.
- Armstrong, M. (2021). *Handbook Manajemen Sumber Daya Manusia*. Nusamedia.
- Febrianto, H., & Wardoyo, P. (2024). YUME : Journal of Management Implementasi Balance Scorecard Pada Perusahaan Jasa Konstruksi (Studi Pada PT Adhi Persada Gedung). In *YUME : Journal of Management* (Vol. 7, Issue 3).
- Kaplan, R.S, and David, & P.N. (1996). *The Balanced Scorecard: Translating Strategy Into Action*. Boston: Harvard Business School Press. . Book.
- Khaeruman, Mukhlis, A., Suflani, & Romli, O. (2023). Analisis Efektivitas Strategi Penilaian Kinerja Dalam Meningkatkan Produktivitas Karyawan di Indomaret Kota Serang. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 9(2).
- Mardiana, S. (2023). *Analisis Laporan Keuangan Untuk Menilai Kinerja Perusahaan Pada PT. Tirta Sukses Perkasa Cabang Banyuasin*.
- Marselina, R. D. (2020). *ANALISIS PENGUKURAN KINERJA PERUSAHAAN DENGAN PENDEKATAN BALANCE SCORECARD PADA PT. LAKSANA KARIS INDUSTRI BANDUNG*.
- Mokoagow, H. F. M. , W. F. G. , & T. J. R. (2023). Pengaruh budaya organisasi, motivasi kerja, dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11(1), 36-47. <https://ejurnal.unima.ac.id/index.php/manajemen-dan-kewirausahaan/article/view/3924>
- Rahmawati, I. (2022). Pengaruh kompetensi dan motivasi terhadap kinerja pegawai dengan disiplin kerja sebagai variabel intervening. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 7(1), 31–46. <https://ema-jurnal.unmerpas.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/465>
- Sarraf, F. , & Nejad, S. H. (2020). *Improving performance evaluation based on Balanced Scorecard with grey relational analysis and data envelopment analysis approaches: Case study in water and wastewater companies. Evaluation and program planning*. 101762, 79.
- Subhan, H. (2024). Implementasi Balanced Scorecard sebagai Alat Manajemen Strategi dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Inovasi Global*, 2(7). <https://doi.org/10.58344/jig.v2i6>
- Sundari, S., Amelia, E., Kurry Anggreani, A., Ekonomi dan Bisnis, F., & Hasanuddin, U. (2024). Literature Review : Analisis Penerapan Balanced Scorecard Dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi. In *Online Jurnal Akuntansi dan Keuangan* (Vol. 09, Issue 02). <http://jak.uho.ac.id/index.php/jurnal>
- Zaky, M. (2023). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA TIM KERJA: SEBUAH KAJIAN TEORITIS DAN EMPIRIS*. In *KOMITMEN: Jurnal Ilmiah Manajemen* (Vol. 4, Issue 1).