

Terbit online pada laman: <https://ejournal.umri.ac.id/index.php/JST>

## Jurnal Surya Teknika

| ISSN (Print) 2354-6751 | ISSN (Online) 2723-7222 |



Research Article

# Analisis Kinerja Waralaba Laundry Menggunakan Metode Performance Prism

Dimaz Harits\*, Muhamad Hasyim Tuankotta, Ishak Nurdin

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Balikpapan, Jl. Pupuk Raya, Kota Balikpapan (76114), Indonesia.

### INFORMASI ARTIKEL

Diserahkan : 16 Mei 2026  
 Diterima : 30 Mei 2026  
 Diterbitkan : 12 Juni 2026

### KATA KUNCI

AHP, KPI, OMAX, Performance Prism, Traffic Light System.

### KORESPONDENSI

\*E-mail: [dimaz.harits@uniba-bpn.ac.id](mailto:dimaz.harits@uniba-bpn.ac.id)

### A B S T R A K

Pengukuran kinerja perusahaan yang holistik penting dilakukan untuk menjamin kualitas kinerja dan keberlangsungan perusahaan. Penelitian ini mengukur kinerja PT. XYZ menggunakan 5 dimensi Performance Prism, yaitu strategi, proses, kapabilitas, konstrubusi dan kebutuhan pemangku kepentingan terintegrasi OMAX dan Traffic Light System. Terdapat 47 KPI yang teridentifikasi dari 5 pemangku kepentingan yang meliputi konsumen, pegawai, pemasok, pemerintah, penerima waralaba, dan Investor. Hasil pengukuran menunjukkan skor kinerja PT.XYZ sebesar 6,385 yang terkategori baik dengan 5 KPI terklasifikasi hijau (baik) dan 42 terklasifikasi kuning (cukup). Hasil penelitian ini juga menunjukkan tingkat kepentingan dari masing-masing KPI sehingga peningkatan kinerja dapat dilakukan berdasarkan tingkat kepentingan perusahaan.

### A B S T R A C T

Holistic measurement of a company's performance is essential to ensure the quality of its performance and its sustainability. This study measures the performance of PT. XYZ using the 5 dimensions of the Performance Prism—namely strategy, process, capability, contribution, and stakeholder needs—integrated with the OMAX and Traffic Light System. A total of 47 KPIs were identified across 5 stakeholder groups, including customers, employees, suppliers, the government, franchisees, and owners. The measurement results show that PT. XYZ's performance score is 6.385, which is categorized as "good," with 5 KPIs classified as green (good) and 42 classified as yellow (fair). The results of this study also indicate the level of importance of each KPI, allowing performance improvements to be prioritized based on the company's priorities

## 1. PENDAHULUAN

Pengukuran kinerja merupakan aspek penting dalam mendukung perbaikan dan keberlanjutan perusahaan. Sistem pengukuran kinerja yang efektif mampu membantu organisasi mengevaluasi capaian, meningkatkan daya saing, serta mendukung pengambilan keputusan strategis secara berkelanjutan [1], [2]. Namun, dalam praktiknya sistem pengukuran kinerja sering kali belum mampu memberikan informasi yang akurat dan relevan bagi perusahaan. Perubahan lingkungan bisnis, perkembangan teknologi, serta meningkatnya

kompleksitas proses bisnis menyebabkan model pengukuran tradisional tidak lagi mampu merepresentasikan seluruh variabel penting organisasi secara komprehensif [3]. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk menerapkan pendekatan pengukuran kinerja yang lebih adaptif, holistik, dan berorientasi pada keberlanjutan, tidak hanya berfokus pada aspek finansial semata tetapi juga mempertimbangkan kebutuhan para pemangku kepentingan [4]. Pemilihan metode pengukuran kinerja yang sesuai dengan karakteristik dan lingkungan bisnis perusahaan menjadi faktor penting agar hasil evaluasi mampu memberikan dasar yang

efektif dalam perbaikan kinerja berkelanjutan dan peningkatan nilai organisasi secara menyeluruh.

Pengukuran kinerja berbasis nonfinansial, seperti kepuasan pelanggan [5], kualitas layanan [6], [7], dan kepuasan pegawai [8], [9], dan kepuasan penerima waralaba [10] berperan penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan, khususnya pada sektor jasa [11]. Pendekatan ini dinilai mampu memberikan informasi yang lebih relevan dan prediktif dibandingkan indikator finansial semata karena dapat merepresentasikan kualitas hubungan perusahaan dengan para pemangku kepentingan secara lebih komprehensif [12].

*Performance Prism* diperkenalkan sebagai kerangka pengukuran kinerja berbasis kepuasan dan kontribusi stakeholder. Kerangka ini menempatkan pelanggan, pegawai, pemasok, investor, regulator, dan stakeholder lainnya sebagai bagian yang saling memengaruhi dalam pencapaian tujuan organisasi [13]. Pendekatan tersebut memandang bahwa keberhasilan perusahaan tidak hanya ditentukan oleh capaian finansial, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan memenuhi harapan pemangku kepentingan sekaligus memperoleh kontribusi dari mereka secara berkelanjutan. Oleh karena itu, *Performance Prism* dinilai sesuai diterapkan pada perusahaan Kinerja berkelanjutan industri jasa waralaba, terutama yang memiliki jaringan franchisee yang luas, sangat dipengaruhi oleh optimalnya kontribusi dan kepuasan setiap stakeholder [14].

PT. XYZ merupakan perusahaan yang bergerak di bidang waralaba Laundry yang memiliki puluhan gerai tersebar di Indonesia. Dengan semakin ketatnya persaingan pada waralaba laundry pengukuran kinerja yang selama ini dilakukan kurang informatif karena hanya fokus pada sisi finansial semata. PT. XYZ ingin mengetahui sejauh apa kinerja perusahaan mereka dimata para pemangku kepentingan internal dan eksternal perusahaan dalam rangka menjaga *market share* mereka.

Penelitian ini akan mengukur kinerja PT. XYZ menggunakan metode *Performance Prism* terintegrasi *Objective Matrix (OMAX)* dan *Traffic Light Systems*. Pengukuran kinerja tersebut akan mengukur dan mengevaluasi kinerja perusahaan secara menyeluruh dengan mempertimbangkan

kepuasan dan kontribusi seluruh pemangku kepentingan.

OMAX digunakan untuk mengubah indikator kinerja menjadi skor terukur yang diberi target, bobot, dan skala penilaian. Capaian aktual yang diperoleh kemudian dikonversi kedalam rentang skor 0 – 10. Hal ini membuat indikator yang berbeda dapat terukur kedalam skala pengukuran yang sama [15]. Adapun *traffic light system* digunakan untuk memvisualisasi hasil skor OMAX agar lebih mudah untuk dipahami dengan rincian hijau menandakan target telah tercapai, kuning menandakan cukup atau perlu perhatian, dan merah menandakan kinerja pada indikator tersebut terkategori buruk.

## 2. METODOLOGI

### 2.1. *Objek Penelitian*

Objek penelitian ini adalah kinerja perusahaan PT. XYZ dengan mempertimbangkan kepuasan dan kontribusi pemangku kepentingan internal dan eksternal.

### 2.2. *Data dan Jenis Data*

#### 2.2.1. *Data Primer*

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini meliputi daftar pemangku kepentingan PT.XYZ yang diperoleh dari hasil wawancara, data faktor-faktor kepuasan pemangku kepentingan terhadap kinerja PT.XYZ, data faktor-faktor kontribusi pemangku kepentingan terhadap kinerja PT.XYZ, dan data strategi, proses dan kapabilitas yang dibutuhkan.

#### 2.2.2. *Data Sekunder*

Data sekunder yang digunakan pada penelitian ini diantaranya dokumen profil resmi perusahaan dan dokumen pengadaan material dan peralatan dan dekorasi gerai.

### 2.3. *Metode Pengumpulan Data*

Proses pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan tiga tahapan yaitu wawancara yang dilakukan untuk memperoleh daftar pemangku kepentingan beserta peranan dan faktor kepuasan terhadap kinerja PT. XYZ, penyebaran kuisioner yang diberikan pada masing-masing pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal dan wawancara yang dilakukan kepada pihak manajemen perusahaan untuk memperoleh

pembobotan perbandingan berpasangan (*pairwise comparison*) kontribusi masing-masing pemangku kepentingan terhadap PT.XYZ.

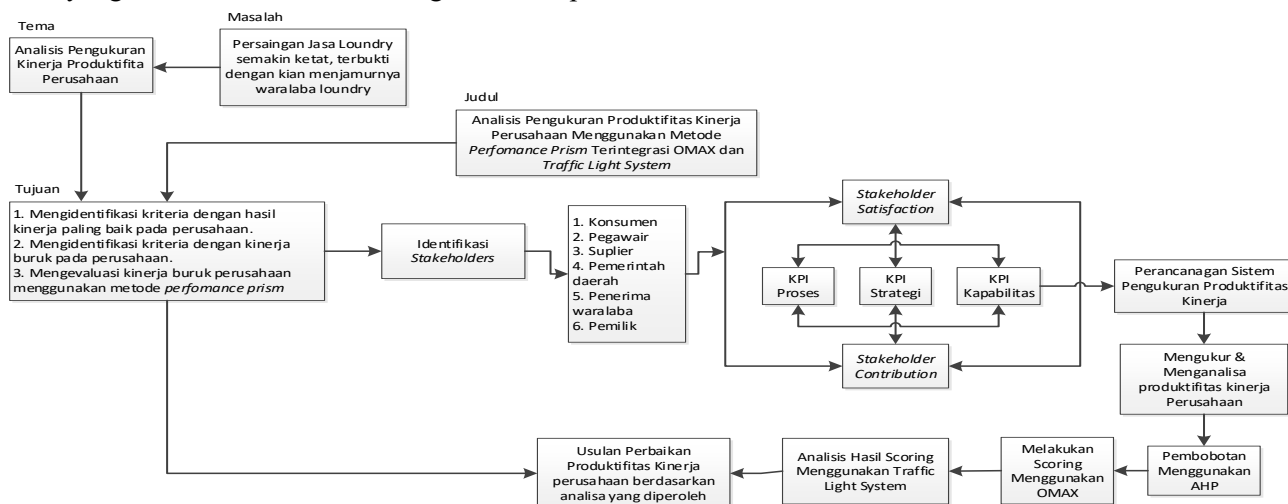
**2.4. Langkah-Langkah Penelitian**

Adapun langkah-langkah penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Identifikasi kebutuhan dan keinginan pemangku kepentingan terhadap kinerja PT. XYZ. Pemangku kepentingan tersebut meliputi konsumen, pegawai, Investor, pemasok, penerima waralaba pemerintah daerah dan Investor.
- 2) Identifikasi kontribusi pemangku kepentingan terhadap kinerja PT. XYZ.
- 3) Menentukan strategi, proses, dan kemampuan yang dibutuhkan dalam rangka mencapai

- kinerja dengan mempertimbangkan kepuasan dan kontribusi pemangku kepentingan.
- 4) Identifikasi *Key Performance Indikator* (KPI) berdasarkan strategi, proses dan kemampuan yang telah diidentifikasi.
- 5) Menyusun model pengukuran kinerja berbasis metode *Performance Prism*.
- 6) Pembobotan KPI menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP).
- 7) Tahapan pemberian skor menggunakan *Objective Matrix* (OMAX) dan *Traffic Light Systems*.
- 8) Pemberian rekomendasi perbaikan.

Secara umum peta konsep langkah-langkah penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1



**Gambar 1.** Peta Konsep Penelitian.

**3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**3.1. Identifikasi Pemangku Kepentingan**

Berdasarkan hasil wawancara kepada manajemen perusahaan PT. XYZ teridentifikasi 6 pemangku kepentingan internal dan eksternal.

- 1) Konsumen, atau pengguna layanan gerai Laundry PT. XYZ.
- 2) Pegawai yang bekerja pada PT. XYZ sebanyak 32 orang pegawai.
- 3) Pemasok yang terdiri dari dua jenis suplier yaitu suplier tetap dan tidak tetap. Suplier tetap terdiri dari suplier bahan baku kimia yang digunakan pada gerai Laundry PT. XYZ. Bahan baku kimia yang terdiri dari sabun cuci dan pewangi pakaian saat ini di suplai oleh anak perusahaan PT.XYZ yang bergerak dibidang produksi dan penjualan

- 4) bahan-bahan kimia Laundry. Kemudian suplier paket mesin cuci dan pengering. Terakhir, suplier dan jasa desain interior.
- 5) Pemerintah daerah selaku regulator yang mengawasi aturan perdagangan, UMKM, dan ketenagakerjaan.
- 6) Penerima waralaba selaku pembeli hak waralabal dari PT. XYZ.
- 7) Investor utama PT. XYZ.

**3.2. Hasil Identifikasi Kebutuhan dan Kontribusi Pemangku Kepentingan**

Berdasarkan proses wawancara kepada perwakilan masing-masing pemangku kepentingan telah teridentifikasi kebutuhan dan kontribusi masing-masing pemangku kepentingan terhadap kinerja PT.XYZ seperti pada Tabel 1.

**Tabel 1.**

Hasil Identifikasi Kebutuhan dan Kontribusi Pemangku Kepentingan PT. XYZ.

| Pemangku Kepentingan | Kebutuhan  | Kontribusi   |
|----------------------|--|--|
| Konsumen             | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelayanan yang ramah</li> <li>2. Hasil cuci yang memuaskan</li> <li>3. Jaminan kesucian dan kebersihan hasil cucian</li> <li>4. Keamanan lingkungan parkir.</li> <li>5. Tanggapan komplain yang cepat</li> </ol>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Puas dengan layanan yang diberikan.</li> <li>2. Membantu mempromosikan produk dan jasa gerai PT.XYZ.</li> <li>3. Loyalitas pada produk jasa PT.XYZ.</li> </ol>   |
| Pegawai              | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lingkungan kerja yang kondusif.</li> <li>2. Fasilitas kerja yang sesuai dengan tupoksi</li> <li>3. Mekanisme tunjangan dan bonus yang jelas.</li> <li>4. Pemberian cuti tahunan yang fleksibel.</li> <li>5. Pelatihan pengembangan keterampilan kerja</li> <li>6. Jaminan sosial dan kesehatan kerja.</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberikan pelayanan yang terbaik.</li> <li>2. Bekerja disiplin sesuai aturan.</li> <li>3. Menjaga ketertiban kerja.</li> <li>4. Datang tepat waktu.</li> <li>5. Menjaga keamanan dan ketertiban perusahaan.</li> <li>6. Ikut mempromosikan produk jasa gerai PT.XYZ.</li> </ol> |
| Pemasok              | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembayaran tepat waktu.</li> <li>2. Administrasi yang mudah.</li> <li>3. Kelangsungan kerjasama yang baik.</li> </ol>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tepat waktu dalam pengiriman.</li> <li>2. Menjaga kualitas produk yang disuplai.</li> </ol>  |
| Pemerintah daerah    | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengurangi jumlah pengangguran.</li> <li>2. Meningkatkan perekonomian daerah.</li> <li>3. Disiplin mentaati regulasi daerah.</li> </ol>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Regulasi yang dikeluarkan mendukung tumbuh berkembangnya UMKM.</li> <li>2. Mendapatkan perlindungan keamanan dalam menjalankan usaha.</li> <li>3. Kemudahan dan ketepatan waktu dalam proses perizinan.</li> </ol>   |
| Penerima waralaba    | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Respon pelayanan yang cepat dari PT.XYZ.</li> <li>2. Terjaganya kualitas produk pendukung.</li> <li>3. Kemudahan komunikasi pada pihak menejerial PT.XYZ.</li> </ol>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Puas terhadap layanan yang diberikan PT.XYZ.</li> <li>2. Mampu berkembang bersama perusahaan.</li> <li>3. Memiliki kepercayaan penuh kepada produk-produk perusahaan.</li> <li>4. Jumlah franchisor yang semakin meningkat.</li> </ol>   |
| Investor             | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemudahan memantau perkembangan PT.XYZ.</li> <li>2. Minimalisir biaya operasional.</li> <li>3. Karyawan yang disiplin dan berdedikasi bagi perusahaan.</li> <li>4. Peningkatan <i>profit</i>.</li> <li>5. Peningkatan keterampilan pegawai.</li> </ol>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memperhatikan perkembangan usaha.</li> <li>2. Memberikan keleluasaan dan fasilitas bagi pegawai dalam rangka pengembangan keterampilan.</li> </ol>   |

Hasil Identifikasi Strategi, Proses, dan Kapabilitas serta pengembangan KPI. Setelah mengidentifikasi kebutuhan dan kontribusi masing-masing pemangku kepentingan, langkah selanjutnya adalah mengidentifikasi strategi, proses

dan kapabilitas yang diperlukan dalam rangka mencapai kinerja optimum untuk masing-masing pemangku kepentingan. Adapun hasil identifikasi strategi, proses dan kapabilitas serta pengkodean KPI tersebut dapat dilihat pada Tabel 2

**Tabel 2.**

Hasil Identifikasi Strategi, Proses dan Kapabilitas serta pengembangan KPI Kinerja PT. XYZ

| Pemangku Kepentingan | Strategi   | Proses   | Kapabilitas   |
|----------------------|--|--|---|
| Konsumen             | Pengembangan fasilitas unggulan guna meningkatkan kualitas pelayanan demi kenyamanan pelanggan. (A1) | Memberikan paket menarik dengan potongan harga. (B1)   | Perluasan promosi. (C1)   |
|                      | Memudahkan proses administrasi pelanggan. (A2)   | Penanganan keluhan yang cepat. (B2)<br>Merinci informasi mengenai fasilitas jasa yang ditawarkan. (B3) | Pemasaran kreatif. (C2)<br>Adanya layanan komplain konsumen. (C3) |
| Pegawai              | Perbaiki kondisi kerja perusahaan. (A3)  | Penindakan terhadap pelanggaran kerja. (B4)  | Kebijakan penerimaan keluhan karyawan (C4)                        |

| Pemangku Kepentingan | Strategi  | Proses   | Kapabilitas  |
|----------------------|---|--|--|
|                      | Kebijakan kesehatan kerja. (A4)                         | Komunikasi atasan bawahan yang saling membangun. (B5)                            | Kerjasama dengan lembaga medis (C5)                                      |
|                      | Pengadaan peralatan tepat guna. (A5)                    | Memberikan jaminan bantuan pengobatan untuk karyawan. (B6)                       | Adanya anggaran khusus pengadaan peralatan (C6)                          |
|                      | Pengadaan pelatihan skill berkala. (A6)                 | Koordinasi pengadaan kebutuhan peralatan. (B7)                                   |  |
| Pemasok              | Pengontrolan kinerja suplier. (A7)                      | Membuat kesepakatan standar mutu pada masing – masing suplier. (B8)              | Informasi kinerja suplier (C7)   |
|                      | Menjaga komunikasi suplier. (A8)                        | Koordinasi yang baik antara divisi pengadaan dengan suplier. (B9)                | Quality control pada produk pesanan (C8)                                 |
| Pemerintah daerah    | Perbanyak link dengan suplier tidak tetap. (A9)         |  |  |
|                      | Melakukan perekrutan secara periodik. (A10)             | Merekrut tenaga kerja berketerampilan. (B10)                                     | Mengutamakan penggunaan tenaga kerja dalam negeri (C9)                   |
| Penerima waralaba    | Peningkatan aktifitas CSR. (A11)                        | Menjadikan produk lokal sebagai input perusahaan. (B11)                          | Kontribusi CSR (C10)   |
|                      | Tertib administrasi daerah. (A12)                       |  |  |
| Investor             | Pengembangan kualitas layanan. (A13)                    | Penanganan keluhan yang cepat. (B12)   | Perluasan promosi (C11)  |
|                      | Memudahkan proses administrasi penerima waralaba. (A14) | Merinci setiap informasi fasilitas yang ditawarkan pada penerima waralaba. (B13) | Pemasaran kreatif (C12)<br>Adanya layanan <i>maintenance</i> rutin (C13) |
| Investor             | Pemanfaatan aset perusahaan secara optimal. (A15)       | Ketelitian penanganan informasi data. (B14)                                      | Sistem informasi yang terpercaya (C14)                                   |
|                      | Penggunaan sistem terkomputerisasi. (A16)               | Merencanakan tindakan pengembangan yang strategis. (B15)                         | Pengembangan usaha keluar daerah. (C15)                                  |

3.3. Pembobotan KPI menggunakan AHP

Pembobotan pada masing-masing KPI dilakukan menggunakan metode AHP menggunakan aplikasi *software Expert Choice 11* berdasarkan proses wawancara terstruktur kepada jajaran utama menejer PT. XYZ, perwakilan konsumen, suplier bahan kimia laundry, pemerintah daerah, dan perwakilan *franchisor*.

3.4.1. Pembobotan Antar Kriteria KPI dan Antar Pemangku Kepentingan

Pembobotan antar kriteria KPI (Strategi, Proses dan Kabapilitas) dan KPI antar pemangku kepentingan dilakukan oleh jajaran manajerial dengan hasil seperti pada Tabel 3 dan Tabel 4.

Tabel 3.

Bobot Antar Kriteria KPI.

| Kriteria    | Bobot | Rasio Inkonsistensi |
|-------------|-------|---------------------|
| Strategi    | 0,21  |                     |
| Proses      | 0,24  | 0,02                |
| Kapabilitas | 0,55  |                     |

Berdasarkan hasil pembobotan, jajaran manajerial memosisikan kapabilitas sebagai pertimbangan utama dalam peningkatan kinerja PT. XYZ. Rasio inkonsistensi  $0,02 < 0,1$  yang berarti proses pembobotan telah valid.

Sedangkan bobot antar pemangku kepentingan dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4.

Bobot Antar Pemangku Kepentingan.

| Strategi | Bobot | Rasio Inkonsistensi |
|----------|-------|---------------------|
| Konsumen | 0,348 | 0,04                |
| Pegawai  | 0,089 |                     |

| Strategi                  | Bobot | Rasio Inkonsistensi |
|---------------------------|-------|---------------------|
| Pemasok Pemerintah Daerah | 0,089 |                     |
| Penerima Waralaba         | 0,243 |                     |
| Investor                  | 0,149 |                     |

Untuk pembobotan antar pemangku kepentingan terdapat tiga pemangku kepentingan yang menjadi perhatian utama pihak jajaran menejerial yaitu Pegawai (0,089), Suplier (0,089) dan Regulator (0,081). Dengan tingkat rasio inkonsistensi  $0,04 < 0,1$  proses pembobotan dinyatakan valid.

*3.4.2. Pembobotan Kriteria Strategi, Proses dan Kapabilitas untuk Masing-Masing Pemangku Kepentingan*

Proses pembobotan kriteria Strategi dilakukan oleh masing-masing perwakilan pemangku kepentingan. Hasil pembobotan masing-masing pemangku kepentingan dapat dilihat pada Tabel 5.

**Tabel 5.**

Pembobotan Kriteria Strategi untuk Masing-Masing Pemangku Kepentingan

| Pemangku Kepentingan | KPI | Bobot | Rasio Inkonsistensi |
|----------------------|-----|-------|---------------------|
| Konsumen             | A1  | 0,75  | 0                   |
|                      | A2  | 0,25  |                     |
|                      | A3  | 0,309 |                     |
| Pegawai              | A4  | 0,309 | 0,06                |
|                      | A5  | 0,142 |                     |
|                      | A6  | 0,241 |                     |
|                      | A7  | 0,143 |                     |
| Pemasok              | A8  | 0,429 | 0                   |
|                      | A9  | 0,429 |                     |
| Pemerintah Daerah    | A10 | 0,6   | 0                   |
|                      | A11 | 0,2   |                     |
| Penerima Waralaba    | A12 | 0,2   | 0                   |
|                      | A13 | 0,5   |                     |
| Investor             | A14 | 0,5   | 0                   |
|                      | A15 | 0,75  |                     |
|                      | A15 | 0,25  |                     |

Berdasarkan Tabel 5 rasio inkonsistensi pembobotan masing-masing pemangku kepentingan  $< 0,1$  dengan demikian hasil pembobotan dinyatakan valid.

Untuk hasil pembobotan kriteria Proses masing-masing pemangku kepentingan dapat dilihat pada Tabel 6.

**Tabel 6.**

Pembobotan Kriteria Proses untuk Masing-Masing Pemangku Kepentingan

| Pemangku Kepentingan | KPI | Bobot | Rasio Inkonsistensi |
|----------------------|-----|-------|---------------------|
| Konsumen             | B1  | 0,659 | 0,03                |
|                      | B2  | 0,156 |                     |
|                      | B3  | 0,185 |                     |
|                      | B4  | 0,096 |                     |
| Pegawai              | B5  | 0,368 | 0,06                |
|                      | B6  | 0,169 |                     |
|                      | B7  | 0,368 |                     |
| Pemasok              | B8  | 0,5   | 0                   |
|                      | B9  | 0,5   |                     |
| Pemerintah Daerah    | B10 | 0,5   | 0                   |
|                      | B11 | 0,5   |                     |
| Penerima Waralaba    | B12 | 0,833 | 0                   |
|                      | B13 | 0,167 |                     |
| Investor             | B14 | 0,2   | 0                   |
|                      | B15 | 0,6   |                     |
|                      | B16 | 0,2   |                     |

Tabel 6 menunjukkan rasio inkonsistensi pembobotan untuk masing-masing pemangku kepentingan  $< 0,1$  dengan demikian pembobotan dinyatakan valid.

Adapun hasil pembobotan untuk kriteria kapabilitas dapat dilihat pada Tabel 7.

**Tabel 7.**

Pembobotan Kriteria Kapabilitas untuk Masing-Masing Pemangku Kepentingan

| Pemangku Kepentingan | KPI | Bobot | Rasio Inkonsistensi |
|----------------------|-----|-------|---------------------|
| Konsumen             | C1  | 0,2   | 0                   |
|                      | C2  | 0,6   |                     |
|                      | C3  | 0,2   |                     |
| Pegawai              | C4  | 0,333 | 0,05                |
|                      | C5  | 0,14  |                     |
| Pemasok              | C6  | 0,528 | 0                   |
|                      | C7  | 0,167 |                     |
| Pemerintah Daerah    | C8  | 0,833 | 0                   |
|                      | C9  | 0,5   |                     |
| Penerima Waralaba    | C10 | 0,5   | 0,018               |
|                      | C11 | 0,135 |                     |
| Investor             | C12 | 0,281 | 0                   |
|                      | C13 | 0,584 |                     |
|                      | C14 | 0,75  |                     |
|                      | C15 | 0,25  |                     |

Hasi rasio inkonsistensi pembobotan untuk kriteria kapabilitas masing-masing pemangku kepentingan  $< 0,1$ , dengan demikian pembobotan dinyatakan valid.

**3.4. Perhitungan KPI PT.XYZ**

Perhitungan skor kinerja PT.XYZ dilakukan berdasarkan KPI dan bobot yang telah diidentifikasi sebelumnya melalui mekanisme penyebaran kuisisioner. Rincian kuisisioner untuk masing-masing pemangku kepentingan sebagai berikut:

- 1) Konsumen

Kuisisioner disebar menggunakan metode *purposive sampling* sebanyak 30 kuisisioner dengan kriteria responden adalah pengguna jasa gerai Laundry PT. XYZ selama lebih dari 1 tahun.

2) Pegawai

Kuisisioner disebar kepada 32 pegawai PT. XYZ menggunakan kuisisioner fisik.

3) Pemasok

Kuisisioner online disebar kepada 3 suplier tetap dan 3 suplier tidak tetap PT. XYZ.

4) Pemerintah Daerah

Kuisisioner online disebar kepada dua perwakilan instansi pemerintah daerah, yakni Dinas Perindustrian dan UMKM serta Pemerintah Kota.

5) Penerima Waralaba

Kuisisioner online disebar melalui mekanisme *random sampling* sebanyak 10 responden dengan kriteria telah menjadi mitra penerima waralaba PT.XYZ selama lebih dari 1 tahun.

6) Investor

Pemberian skoring untuk owner dilakukan melalui mekanisme wawancara terstruktur berbasis kuisisioner kepada pemegang saham utama PT. XYZ.

Hasil pengukuran KPI PT. XYZ dari masing-masing pemangku kepentingan dapat dilihat pada Tabel 8, Tabel 9 dan Tabel 10.

**Tabel 8.**

Hasil Pengukuran KPI Kriteria Strategi PT. XYZ untuk Masing-Masing Pemangku Kepentingan

|    | Kriteria Strategi   | Nilai |
|----|---|-------|
| 1  | Pembangunan fasilitas unggulan konsumen terlaksana dengan baik (A1) | 3,75  |
| 2  | Pengurangan proses administrasi pelanggan (A2)                      | 3,75  |
| 3  | Pertahanan kondisi kerja perusahaan terlaksana dengan baik (A3)     | 3     |
| 4  | Aksanannya kebijakan kesehatan kerja (A4)                           | 1,25  |
| 5  | Pengadaan peralatan tepat guna terlaksana dengan baik (A5)          | 1,25  |
| 6  | Pengadaan pelatihan skill berkala terlaksana dengan baik (A6)       | 1,25  |
| 7  | Pengontrolan kinerja suplier terlaksana dengan baik (A7)            | 3     |
| 8  | Komunikasi kepada suplier harmonis (A8)                             | 1,25  |
| 9  | Pertahanan link pada suplier - suplier tidak tetap (A9)             | 3     |
| 10 | Ketertarikan secara periodik berjalan dengan baik (A10)             | 3,5   |
| 11 | Program CSR berjalan dengan baik (A11)                              | 4     |
| 12 | Pelibatan dalam administrasi regulasi daerah (A12)                  | 1,75  |
| 13 | Pembangunan kualitas layanan terlaksana dengan baik (A13)           | 1,25  |
| 14 | Pengurangan administrasi calon franchiser (A14)                     | 1,75  |
| 15 | Pemanfaatan aset perusahaan secara optimal (A15)                    | 3,5   |

|    | Kriteria Strategi                        | Nilai |
|----|--|-------|
| 16 | Penggunaan sistem terkomputerisasi (A16) | 1,625 |

**Tabel 9.**

Hasil Pengukuran KPI Kriteria Proses PT.XYZ untuk Masing-Masing Pemangku Kepentingan

|  | Kriteria Proses   | Nilai |
|--|---|-------|
|  | Pemberian paket menarik terlaksana dengan baik (B1)                         | 1,25  |
|  | Pengurangan keluhan yang cepat (B2)   | 1,75  |
|  | Pertepatan informasi fasilitas jasa yang ditawarkan (B3)                    | 1,875 |
|  | Pertepatan terhadap pelanggaran kerja (B4)                                  | 1,625 |
|  | Komunikasi membangun antara atasan dan bawahan (B5)                         | 3,5   |
|  | Pemberian bantuan pengobatan bagi karyawan (B6)                             | 1,25  |
|  | Pertepatan yang baik untuk pengadaan kebutuhan peralatan (B7)               | 1,25  |
|  | Pembuatan kesepakatan standar mutu pada suplier (B8)                        | 1,25  |
|  | Pertepatan yang baik antara Divisi pengadaan dengan suplier (B9)            | 1,375 |
|  | Pengalokasian tenaga kerja berketerampilan (B10)                            | 1,25  |
|  | Penggunaan produk lokal sebagai input perusahaan (B11)                      | 3,5   |
|  | Pelibatan dalam administrasi regulasi daerah (B12)                          | 1,25  |
|  | Pengurangan keluhan yang cepat (B13)  | 1,75  |
|  | Pertepatan setiap informasi fasilitas yang ditawarkan pada franchiser (B14) | 1,625 |
|  | Pertepatan penelitian penganganan informasi data perusahaan (B15)           | 3,5   |
|  | Pengencanaan tindakan pengembangan yang strategis (B16)                     | 1,625 |

**Tabel 10.**

Hasil Pengukuran KPI Kriteria Kapabilitas PT.XYZ untuk Masing-Masing Pemangku Kepentingan.

|   | Kriteria Kapabilitas  | Nilai |
|---|---|-------|
| 1 | Pemberian saran promosi terlaksana dengan baik (C1)                           | 3,5   |
| 2 | Pemberian saran kreatif terlaksana dengan baik (C2)                           | 1,625 |
| 3 | Pertepatan kerja layanan komplain konsumen (C3)                               | 4     |
| 4 | Pertepatan penanganan keluhan karyawan (C4)                                   | 1,25  |
| 5 | Kerjasama dengan lembaga medis (C5)   | 1,25  |
| 5 | Pertepatan anggaran khusus pengadaan peralatan (C6)                           | 1,75  |
| 7 | Pertepatan rmasi kinerja suplier (C7)   | 1,375 |
| 3 | Pertepatan lity control pada produk suplier (C8)                              | 1,25  |
| 3 | Pertepatan gutamakan penggunaan tenaga kerja dalam negeri (C9)                | 4     |
| 0 | Pertepatan tribusi CSR (C10)  | 1,25  |
| 1 | Pemberian saran promosi untuk franchiser terlaksana dengan baik (C11)         | 3,5   |
| 2 | Pemberian saran kreatif menarik calon franchiser terlaksana dengan baik (C12) | 1,375 |
| 3 | Pertepatan ksanaan layanan maintenance franchiser baik (C13)                  | 1,75  |
| 4 | Pertepatan m informasi perusahaan yang terpercaya (C14)                       | 1,375 |
| 5 | Pertepatan pengembangan usaha keluar daerah terlaksana dengan baik (C15)      | 1,625 |

### 3.5. OMAX KPI untuk Masing-Masing Kriteria

Setelah skor masing-masing kriteria teridentifikasi langkah selanjutnya adalah pengukuran dan evaluasi berbasis Objective Matrix (OMAX). OMAX digunakan untuk menerjemahkan pencapaian kinerja kedalam skor yang lebih objektif dan terstruktur. Adapun hasil pengukuran OMAX untuk masing-masing kriteria dapat dilihat pada Tabel 11, Tabel 12 dan Tabel 13.

Contoh perhitungan OMAX untuk KPI A1 sebagai berikut:

- Capaian KPI (Tabel 8) ,75
- Nilai yang mendekati ,5 (skor 7)
- Bobot ,750
- Nilai Kinerja ,750 × 7 = 5,25

Nilai masing-masing KPI mengikuti perhitungan yang serupa dengan perhitungan KPI A1 untuk masing-masing kriteria.

**Tabel 11.**  
Pengukuran OMAX untuk Kriteria Strategi

| KPI            | Konsumen   |       |       | Pegawai     |       |       | Suplier |              |       | Regulator |            |       | Franchiser |       | Owner       |       |
|----------------|--|-------|-------|-------------|-------|-------|---------|--------------|-------|-----------|------------|-------|------------|-------|-------------|-------|
|                | A1   | A2    | A3    | A4          | A5    | A6    | A7      | A8           | A9    | A10       | A11        | A12   | A13        | A14   | A15         | A16   |
| Pencapaian     | 3,75   | 3,75  | 3     | 3,125       | 3,125 | 3,125 | 3       | 3,25         | 3     | 3,50      | 4          | 2,75  | 3,25       | 3,75  | 3,50        | 3,625 |
| 10             | 5,00   | 5,00  | 5,00  | 5,00        | 5,00  | 5,00  | 5,00    | 5,00         | 5,00  | 5,00      | 5,00       | 5,00  | 5,00       | 5,00  | 5,00        | 5,00  |
| 9              | 4,50   | 4,50  | 4,50  | 4,50        | 4,50  | 4,50  | 4,50    | 4,50         | 4,50  | 4,50      | 4,50       | 4,50  | 4,50       | 4,50  | 4,50        | 4,50  |
| 8              | 4,00   | 4,00  | 4,00  | 4,00        | 4,00  | 4,00  | 4,00    | 4,00         | 4,00  | 4,00      | 4,00       | 4,00  | 4,00       | 4,00  | 4,00        | 4,00  |
| 7              | 3,50   | 3,50  | 3,50  | 3,50        | 3,50  | 3,50  | 3,50    | 3,50         | 3,50  | 3,50      | 3,50       | 3,50  | 3,50       | 3,50  | 3,50        | 3,50  |
| 6              | 3,00   | 3,00  | 3,00  | 3,00        | 3,00  | 3,00  | 3,00    | 3,00         | 3,00  | 3,00      | 3,00       | 3,00  | 3,00       | 3,00  | 3,00        | 3,00  |
| 5              | 2,50   | 2,50  | 2,50  | 2,50        | 2,50  | 2,50  | 2,50    | 2,50         | 2,50  | 2,50      | 2,50       | 2,50  | 2,50       | 2,50  | 2,50        | 2,50  |
| 4              | 2,00   | 2,00  | 2,00  | 2,00        | 2,00  | 2,00  | 2,00    | 2,00         | 2,00  | 2,00      | 2,00       | 2,00  | 2,00       | 2,00  | 2,00        | 2,00  |
| 3              | 1,50   | 1,50  | 1,50  | 1,50        | 1,50  | 1,50  | 1,50    | 1,50         | 1,50  | 1,50      | 1,50       | 1,50  | 1,50       | 1,50  | 1,50        | 1,50  |
| 2              | 1,00   | 1,00  | 1,00  | 1,00        | 1,00  | 1,00  | 1,00    | 1,00         | 1,00  | 1,00      | 1,00       | 1,00  | 1,00       | 1,00  | 1,00        | 1,00  |
| 1              | 0,50   | 0,50  | 0,50  | 0,50        | 0,50  | 0,50  | 0,50    | 0,50         | 0,50  | 0,50      | 0,50       | 0,50  | 0,50       | 0,50  | 0,50        | 0,50  |
| 0              | 0,00   | 0,00  | 0,00  | 0,00        | 0,00  | 0,00  | 0,00    | 0,00         | 0,00  | 0,00      | 0,00       | 0,00  | 0,00       | 0,00  | 0,00        | 0,00  |
| Skor Aktual    | 7,00   | 7,00  | 6,00  | 6,00        | 6,00  | 6,00  | 6,00    | 6,00         | 6,00  | 7,00      | 8,00       | 5,00  | 6,00       | 7,00  | 7,00        | 7,00  |
| Nilai Kinerja  | 5,25   | 1,75  | 1,854 | 1,854       | 0,426 | 0,72  | 0,429   | 1,287        | 1,287 | 1,8       | 0,8        | 0,5   | 1,5        | 1,75  | 2,625       | 0,875 |
| <b>Total</b>   | <b>7</b>   |       |       | <b>6,01</b> |       |       |         | <b>6,006</b> |       |           | <b>6,8</b> |       | <b>6,5</b> |       | <b>3,49</b> |       |
| Bobot          | 0,750  | 0,250 | 0,309 | 0,309       | 0,142 | 0,241 | 0,143   | 0,429        | 0,429 | 0,600     | 0,200      | 0,20  | 0,500      | 0,500 | 0,750       | 0,250 |
| Bobot Strategi | 0,348  |       | 0,089 |             |       | 0,089 |         |              | 0,081 |           |            | 0,243 |            | 0,149 |             |       |
| <b>OMAX</b>    | <b>(7 × 0,348) + (6,01 × 0,089) + (6,006 × 0,089) + (6,8 × 0,081) + (6,5 × 0,243) + (3,49 × 0,149) = 6,156</b> |       |       |             |       |       |         |              |       |           |            |       |            |       |             |       |

**Tabel 12.**  
Pengukuran OMAX untuk Kriteria Proses

| KPI        | Konsumen |      |       | Pegawai |      |      | Suplier |       |       | Regulator |      |       | Franchiser |       | Owner |       |
|------------|----------|------|-------|---------|------|------|---------|-------|-------|-----------|------|-------|------------|-------|-------|-------|
|            | B1       | B2   | B3    | B4      | B5   | B6   | B7      | B8    | B9    | B10       | B11  | B12   | B13        | B14   | B15   | B16   |
| Pencapaian | 3,125    | 3,75 | 3,875 | 3,625   | 3,5  | 3,25 | 3,25    | 3,127 | 3,375 | 3,25      | 3,5  | 3,125 | 3,75       | 3,625 | 3,5   | 3,625 |
| 10         | 5,00     | 5,00 | 5,00  | 5,00    | 5,00 | 5,00 | 5,00    | 5,00  | 5,00  | 5,00      | 5,00 | 5,00  | 5,00       | 5,00  | 5,00  | 5,00  |
| 9          | 4,50     | 4,50 | 4,50  | 4,50    | 4,50 | 4,50 | 4,50    | 4,50  | 4,50  | 4,50      | 4,50 | 4,50  | 4,50       | 4,50  | 4,50  | 4,50  |
| 8          | 4,00     | 4,00 | 4,00  | 4,00    | 4,00 | 4,00 | 4,00    | 4,00  | 4,00  | 4,00      | 4,00 | 4,00  | 4,00       | 4,00  | 4,00  | 4,00  |
| 7          | 3,50     | 3,50 | 3,50  | 3,50    | 3,50 | 3,50 | 3,50    | 3,50  | 3,50  | 3,50      | 3,50 | 3,50  | 3,50       | 3,50  | 3,50  | 3,50  |
| 6          | 3,00     | 3,00 | 3,00  | 3,00    | 3,00 | 3,00 | 3,00    | 3,00  | 3,00  | 3,00      | 3,00 | 3,00  | 3,00       | 3,00  | 3,00  | 3,00  |
| 5          | 2,50     | 2,50 | 2,50  | 2,50    | 2,50 | 2,50 | 2,50    | 2,50  | 2,50  | 2,50      | 2,50 | 2,50  | 2,50       | 2,50  | 2,50  | 2,50  |
| 4          | 2,00     | 2,00 | 2,00  | 2,00    | 2,00 | 2,00 | 2,00    | 2,00  | 2,00  | 2,00      | 2,00 | 2,00  | 2,00       | 2,00  | 2,00  | 2,00  |
| 3          | 1,50     | 1,50 | 1,50  | 1,50    | 1,50 | 1,50 | 1,50    | 1,50  | 1,50  | 1,50      | 1,50 | 1,50  | 1,50       | 1,50  | 1,50  | 1,50  |
| 2          | 1,00     | 1,00 | 1,00  | 1,00    | 1,00 | 1,00 | 1,00    | 1,00  | 1,00  | 1,00      | 1,00 | 1,00  | 1,00       | 1,00  | 1,00  | 1,00  |
| 1          | 0,50     | 0,50 | 0,50  | 0,50    | 0,50 | 0,50 | 0,50    | 0,50  | 0,50  | 0,50      | 0,50 | 0,50  | 0,50       | 0,50  | 0,50  | 0,50  |

| KPI           | Konsumen  |       |      |       | Pegawai    |       |       | Suplier   |       | Regulator  |       | Franchiser   |        | Owner      |       |       |
|---------------|---|-------|------|-------|------------|-------|-------|-----------|-------|------------|-------|--------------|--------|------------|-------|-------|
|               | B1  | B2    | B3   | B4    | B5         | B6    | B7    | B8        | B9    | B10        | B11   | B12          | B13    | B14        | B15   | B16   |
| 0             | 0,00  | 0,00  | 0,00 | 0,00  | 0,00       | 0,00  | 0,00  | 0,00      | 0,00  | 0,00       | 0,00  | 0,00         | 0,00   | 0,00       | 0,00  | 0,00  |
| Skor Aktual   | 6,00  | 7,00  | 8,00 | 7,00  | 7,00       | 6,00  | 6,00  | 6,00      | 7,00  | 6,00       | 7,00  | 6,00         | 7,00   | 7,00       | 7,00  | 7,00  |
| Nilai Kinerja | 3,954   | 1,092 | 1,48 | 0,336 | 1,288      | 0,507 | 1,10  | 3,500     | 3,5   | 1,500      | 1,75  | 2,499        | 0,5845 | 0,700      | 2,1   | 0,7   |
| <b>Total</b>  | <b>6,526</b>  |       |      |       | <b>5,8</b> |       |       | <b>10</b> |       | <b>6,5</b> |       | <b>6,161</b> |        | <b>3,5</b> |       |       |
| Bobot         | 0,659   | 0,156 | 0,19 | 0,096 | 0,368      | 0,169 | 0,368 | 0,500     | 0,500 | 0,500      | 0,500 | 0,833        | 0,167  | 0,200      | 0,600 | 0,200 |
| Bobot Proses  | 0,348   |       |      |       | 0,089      |       |       | 0,089     |       | 0,081      |       | 0,243        |        | 0,149      |       |       |
| <b>OMAX</b>   | $(6,526 \times 0,3348) + (5,8 \times 0,089) + (10 \times 0,089) + (6,5 \times 0,081) + (6,161 \times 0,243) + (3,5 \times 0,149) = 6,137$ |       |      |       |            |       |       |           |       |            |       |              |        |            |       |       |

**Tabel 13.**  
Pengukuran OMAX untuk Kriteria Kapabilitas

| KPI                        | KPI   |              | KPI          |              | KPI          |             | KPI          |             | KPI      |              | KPI        |              | KPI         |              |              |  |
|----------------------------|---|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------|--------------|-------------|----------|--------------|------------|--------------|-------------|--------------|--------------|--|
|                            | C1  | C2           | C3           | C4           | C5           | C6          | C7           | C8          | C9       | C10          | C11        | C12          | C13         | C14          | C15          |  |
| <b>Pencapaian</b>          | <b>3,5</b>  | <b>3,625</b> | <b>4</b>     | <b>3,125</b> | <b>3,125</b> | <b>3,75</b> | <b>3,375</b> | <b>3,25</b> | <b>4</b> | <b>4,125</b> | <b>3,5</b> | <b>3,375</b> | <b>3,75</b> | <b>3,375</b> | <b>3,625</b> |  |
| 10                         | 5,00  | 5,00         | 5,00         | 5,00         | 5,00         | 5,00        | 5,00         | 5,00        | 5,00     | 5,00         | 5,00       | 5,00         | 5,00        | 5,00         | 5,00         |  |
| 9                          | 4,50  | 4,50         | 4,50         | 4,50         | 4,50         | 4,50        | 4,50         | 4,50        | 4,50     | 4,50         | 4,50       | 4,50         | 4,50        | 4,50         | 4,50         |  |
| 8                          | 4,00  | 4,00         | 4,00         | 4,00         | 4,00         | 4,00        | 4,00         | 4,00        | 4,00     | 4,00         | 4,00       | 4,00         | 4,00        | 4,00         | 4,00         |  |
| 7                          | 3,50  | 3,50         | 3,50         | 3,50         | 3,50         | 3,50        | 3,50         | 3,50        | 3,50     | 3,50         | 3,50       | 3,50         | 3,50        | 3,50         | 3,50         |  |
| 6                          | 3,00  | 3,00         | 3,00         | 3,00         | 3,00         | 3,00        | 3,00         | 3,00        | 3,00     | 3,00         | 3,00       | 3,00         | 3,00        | 3,00         | 3,00         |  |
| 5                          | 2,50  | 2,50         | 2,50         | 2,50         | 2,50         | 2,50        | 2,50         | 2,50        | 2,50     | 2,50         | 2,50       | 2,50         | 2,50        | 2,50         | 2,50         |  |
| 4                          | 2,00  | 2,00         | 2,00         | 2,00         | 2,00         | 2,00        | 2,00         | 2,00        | 2,00     | 2,00         | 2,00       | 2,00         | 2,00        | 2,00         | 2,00         |  |
| 3                          | 1,50  | 1,50         | 1,50         | 1,50         | 1,50         | 1,50        | 1,50         | 1,50        | 1,50     | 1,50         | 1,50       | 1,50         | 1,50        | 1,50         | 1,50         |  |
| 2                          | 1,00  | 1,00         | 1,00         | 1,00         | 1,00         | 1,00        | 1,00         | 1,00        | 1,00     | 1,00         | 1,00       | 1,00         | 1,00        | 1,00         | 1,00         |  |
| 1                          | 0,50  | 0,50         | 0,50         | 0,50         | 0,50         | 0,50        | 0,50         | 0,50        | 0,50     | 0,50         | 0,50       | 0,50         | 0,50        | 0,50         | 0,50         |  |
| 0                          | 0,00  | 0,00         | 0,00         | 0,00         | 0,00         | 0,00        | 0,00         | 0,00        | 0,00     | 0,00         | 0,00       | 0,00         | 0,00        | 0,00         | 0,00         |  |
| Skor Aktual                | 7,00  | 7,00         | 8,00         | 6,00         | 6,00         | 7,00        | 7,00         | 6,00        | 8,00     | 8,00         | 7,00       | 7,00         | 8,00        | 7,00         | 7,00         |  |
| Nilai Kinerja              | 1,4   | 4,2          | 1,6          | 0,999        | 0,42         | 1,848       | 0,5845       | 2,9155      | 2        | 2            | 0,4725     | 0,9835       | 2,044       | 2,625        | 0,875        |  |
| <b>Total</b>               | <b>7,2</b>  |              | <b>6,528</b> |              |              |             | <b>7</b>     |             | <b>8</b> |              | <b>7</b>   |              | <b>3,5</b>  |              |              |  |
| Bobot KPI                  | 0,200   | 0,600        | 0,20         | 0,333        | 0,140        | 0,53        | 0,167        | 0,833       | 0,500    | 0,500        | 0,135      | 0,281        | 0,58        | 0,750        | 0,250        |  |
| Bobot Pemangku Kepentingan | 0,348   |              | 0,089        |              |              |             | 0,089        |             | 0,081    |              | 0,243      |              | 0,149       |              |              |  |
| <b>OMAX</b>                | $(7,2 \times 0,348) + (6,528 \times 0,089) + (7 \times 0,089) + (8 \times 0,081) + (7 \times 0,243) + (3,5 \times 0,149) = 6,580$ |              |              |              |              |             |              |             |          |              |            |              |             |              |              |  |

Berdasarkan hasil OMAX masing-masing kriteria maka OMAX Kinerja PT.XYZ secara menyeluruh adalah sebagai berikut:

$$OMAX\ PT\ XYZ = (6,156 \times 0,21) + (6,137 \times 0,240) + (6,580 \times 0,550) = 6,385$$

Dengan demikian rekapitulasi hasil OMAX untuk masing-masing kriteria dan nilai menyeluruh untuk PT.XYZ dapat dilihat pada tabel 14.

**Tabel 14.**

Rekapitulasi Kinerja Masing-Masing Kriteria dan PT.XYZ secara umum

| No | Kriteria     | OMAX  | Bobot |
|----|--------------|-------|-------|
| 1  | KPI Strategi | 6,156 | 0,21  |
| 2  | KPI Proses   | 6,137 | 0,24  |

| No | Kriteria        | OMAX         | Bobot |
|----|-----------------|--------------|-------|
| 3  | KPI Kapabilitas | 6,580        | 0,55  |
| 4  | KPI PT XYZ      | <b>6,385</b> | 1     |

Adapun rentang skor metode OMAX dengan skala 0-10 dapat dilihat pada tabel 15.

**Tabel 15.**  
Rentang Skor OMAX

| Rentang Skor | Kategori         |
|--------------|------------------|
| 0 - <3       | Buruk            |
| 3 - < 5      | Cukup            |
| 5 - < 7      | Baik             |
| 7 - < 9      | Sangat Baik      |
| 9 - 10       | Excelent/Optimal |

Berdasarkan tabel 15 maka kinerja PT.XYZ berdasarkan metode Performance Prism terintegrasi OMAX secara umum terkategori “Baik”.

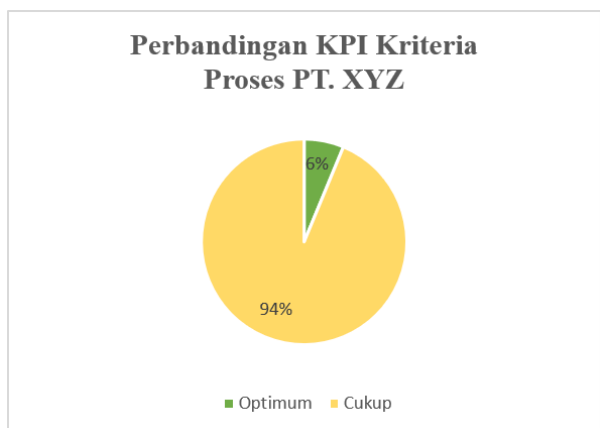
**3.6. Pembahasan**

Berdasarkan proses pengukuran kinerja PT. XYZ teridentifikasi 5 KPI yang terkategori hijau atau telah mencapai kriteria optimal yaitu KPI A11, B3, C3, C9, dan C10. Rincian masing-masing KPI yang telah optimal tersebut dapat dilihat pada tabel 16.

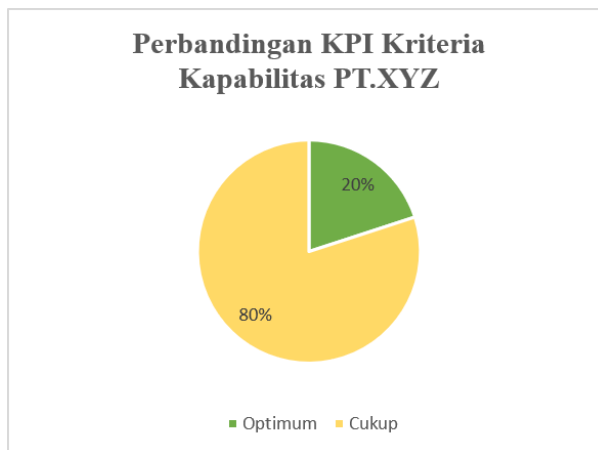
**Tabel 16.**  
KPI Optimal

| KPI | Indikator   | Pemangku kepentingan | Kriteria    |
|-----|---|----------------------|-------------|
| A11 | Aktifitas berjalan dengan baik                    | CSR Konsumen         | Strategi    |
| B3  | Merinci informasi fasilitas jasa yang ditawarkan  | Konsumen             | Proses      |
| C3  | Kinerja layanan komplain konsumen                 | Konsumen             | Kapabilitas |
| C9  | Mengutamakan penggunaan tenaga kerja dalam negeri | Regulator            | Kapabilitas |
| C10 | Kontribusi CSR                                    | Regulator            | Kapabilitas |

Dengan demikian persentase KPI masing-masing kriteria (Strategi, Proses dan Kapabilitas) yang terkategori hijau dibandingkan dengan terkategori kuning dapat dilihat masing-masing pada gambar 2, gambar 3 dan gambar 4.



**Gambar 3.** Perbandingan KPI Kriteria Strategi yang Optimum (hijau) dan Cukup (kuning).



**Gambar 4.** Perbandingan KPI Kriteria Proses yang Optimum (hijau) dan Cukup (kuning).



**Gambar 5.** Perbandingan KPI Kriteria Kapabilitas yang Optimum (hijau) dan Cukup (kuning).

Dengan demikian mayoritas kinerja terkategori cukup (kuning) dan tidak terdapat kriteria yang terkategori perlu perbaikan segera (merah). Banyaknya kriteria yang terkategori cukup ini (kuning) mengindikasikan peluang peningkatan kinerja yang dapat dilakukan oleh PT. XYZ. PT. XYZ memperoleh skor menyeluruh sebesar 6,385 yang terkategori Baik. Namun demikian potensi peningkatan masih perlu dilakukan terutama pada KPI yang terklasifikasi berwarna kuning. Karena pembobotan kriteria terbesar jatuh pada Kriteria Kapabilitas dengan skor bobot 0,55, maka PT. XYZ dapat memusatkan perhatiannya pada peningkatan kriteria Kapabilitas untuk masing-masing pemangku kepentingan.

Berdasarkan skor OMAX, kinerja terendah pada kriteria Kapabilitas ada pada KPI pemangku kepentingan Investor sebesar 3,5. Oleh sebab itu kriteria penggunaan sistem informasi (C14) dan pengembangan usaha retail keluar daerah (C15) dapat diprioritaskan untuk ditingkatkan. Kemudian langkah peningkatan kinerja dapat dilakukan

berurutan sesuai skor OMAX masing-masing Kriteria KPI.

Berdasarkan tabel 11 capaian kinerja kriteria strategi tertinggi ada pada pemangku kepentingan Konsumen dengan skor 7. Hal ini menunjukkan strategi yang dicanangkan PT. XYZ dalam sudut pandang konsumen telah berjalan dengan baik.

Pada kinerja kriteria proses tabel 12 skor kinerja sempurna diperoleh dari pemangku kepentingan supplier dengan skor 10. Hal ini menunjukkan komitmen PT.XYZ dalam mengelola kerjasama sama dengan pemasok dalam rangka menjamin ketersediaan bahan baku dan kelancaran proses bisnis telah berjalan dengan baik. Kemampuan tata kelola pemasok ini juga dapat dilihat dari keputusan PT.XYZ untuk mendirikan anak perusahaan yang bergerak dibidang kimia laundry sekaligus sebagai pemasok bahan baku utama. Sehingga kualitas produk bahan baku, ketepatan waktu pengiriman ke gerai dapat dijaga dengan baik.

#### 4. SIMPULAN

Pengukuran kinerja PT. XYZ menggunakan metode *Performance Prism* terintegrasi OMAX dan *Traffic Light System* menghasilkan nilai kinerja sebesar 6,385 yang terkategori Baik. Dari total 47 KPI hanya teridentifikasi 5 KPI yang terklasifikasi hijau atau optimal yaitu A11, B3, C3, C9 dan C10. Adapun 42 KPI lainnya terklasifikasi kuning atau dinyatakan cukup. Banyaknya KPI yang terklasifikasi cukup menandakan potensi peningkatan kinerja yang dapat dilakukan oleh PT.XYZ terutama pada kriteria Kapabilitas yang memperoleh bobot urgensi tertinggi. Penelitian ini juga menunjukkan kinerja PT. XYZ untuk pemangku kepentingan Investor pada masing-masing karakteristik strategi, proses dan kapabilitas memperoleh nilai skor terendah dibanding pemangku kepentingan lain. Temuan ini menunjukkan belum terealisasinya harapan Investor pada kinerja PT.XYZ dibandingkan dengan pemangku kepentingan lainnya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. Cunha, J. Dinis-Carvalho, and R. M. Sousa, "Assessment of Performance Measurement Systems' Ability to Mitigate or Eliminate Typical Barriers Compromising Organisational Sustainability," *Sustainability*, vol. 16, no. 5, p. 2173, Mar. 2024, doi: 10.3390/su16052173.
- [2] G. Vitale, A. Rosignuolo, and A. Riccaboni, "Sustainability performance measurement systems: a systematic literature review and research agenda for (a better) future," *Measuring Business Excellence*, vol. 29, no. 3, pp. 609–634, Jun. 2025, doi: 10.1108/MBE-09-2024-0155.
- [3] M. Paziienza, M. de Jong, and D. Schoenmaker, "Why Corporate Sustainability Is Not Yet Measured," *Sustainability*, vol. 15, no. 7, p. 6275, Apr. 2023, doi: 10.3390/su15076275.
- [4] M. Wang and N. F. Easa, "Measuring corporate sustainability: measurement scale development based on the stakeholder theory," *International Journal of Business Governance and Ethics*, vol. 1, no. 1, 2024, doi: 10.1504/IJBGE.2024.10062319.
- [5] T. Schiebler, N. Lee, and F. C. Brodbeck, "Expectancy-disconfirmation and consumer satisfaction: A meta-analysis," *J. Acad. Mark. Sci.*, vol. 54, no. 1, pp. 91–112, Feb. 2026, doi: 10.1007/s11747-024-01078-x.
- [6] S. M. Minhaj and M. A. Khan, "Performance of online banking and direct effect of service quality on consumer retention and credibility of consumer and mediation effect of consumer satisfaction," *Int. J. Bus. Inf. Syst.*, vol. 49, no. 4, pp. 473–490, 2025, doi: 10.1504/IJBIS.2025.147809.
- [7] Md. A. I. Gazi *et al.*, "Exploring the mediating effect of customer satisfaction on the relationships between service quality, efficiency, and reliability and customer retention, loyalty in E-banking performance in emerging markets," *Cogent Business & Management*, vol. 12, no. 1, Dec. 2025, doi: 10.1080/23311975.2024.2433707.
- [8] S. Mishra, S. Singh, and P. Tripathy, "Linkage Between Employee Satisfaction and Employee Performance: A Case in Banking Industry," *Global Business Review*, vol. 26, no. 1, pp. 137–148, Feb. 2025, doi: 10.1177/0972150920970351.
- [9] S. K. Maniendaran, A. R. Ahmad, A. Mohamad, N. A. Abu Seman, U. K. Rashid, and A. Mohamad, "Managing Workplace Conflict for Enhancing Employee Satisfaction

- in MSMEs,” *Procedia Comput. Sci.*, vol. 253, pp. 636–643, 2025, doi: 10.1016/j.procs.2025.01.125.
- [10] T. D. Luu, K. H. N. Mai, C. C. Huynh, N. H. T. Phan, N. T. Le, and T. N. D. Le, “Performance of franchisee: the role of reciprocal resources, relationship quality and cultural sensitivity,” *International Journal of Emerging Markets*, vol. 20, no. 1, pp. 209–229, Jan. 2025, doi: 10.1108/IJOEM-04-2022-0581.
- [11] J. B. Santos and L. A. L. Brito, “Toward a subjective measurement model for firm performance,” *BAR - Brazilian Administration Review*, vol. 9, no. spe, pp. 95–117, May 2012, doi: 10.1590/S1807-76922012000500007.
- [12] C. Mio, A. Costantini, and S. Panfilo, “Performance measurement tools for sustainable business: A systematic literature review on the sustainability balanced scorecard use,” *Corp. Soc. Responsib. Environ. Manag.*, vol. 29, no. 2, pp. 367–384, Mar. 2022, doi: 10.1002/csr.2206.
- [13] A. Neely, C. Adams, and P. Crowe, “The performance prism in practice,” *Measuring Business Excellence*, vol. 5, no. 2, pp. 6–13, Jun. 2001, doi: 10.1108/13683040110385142.
- [14] S. Silva, A.-K. Nuzum, and S. Schaltegger, “Stakeholder expectations on sustainability performance measurement and assessment. A systematic literature review,” *J. Clean. Prod.*, vol. 217, pp. 204–215, Apr. 2019, doi: 10.1016/j.jclepro.2019.01.203.
- [15] K. A. S. Santoso, “Analisa Produktivitas Produksi Gula di PG. Gempolkrep dengan Metode OMAX dan RCA (Rootcause Analysis),” *Jurnal Surya Teknika*, vol. 11, no. 1, Jun. 2024, doi: 10.37859/jst.v11i1.7069.