

## PENGUKURAN KINERJA DENGAN METODE PERFORMANCE PRISM DAN OMAX (STUDI KASUS : PT.X)

---

**Ervina Novita\*, Edward Marxoni, Welly**

Teknik Industri Universitas Katolik Musi Charitas  
Jl. Bangau No. 60 Palembang, Sumatera Selatan  
Email: [ervinanov19@gmail.com](mailto:ervinanov19@gmail.com)

### ABSTRAK

*Perusahaan perlu melakukan perbaikan pada perusahaannya sendiri agar perusahaan tersebut dapat berkembang dengan lebih baik dari sebelumnya. Pengukuran kinerja merupakan suatu tolok ukur yang menggambarkan pencapaian suatu usaha dan digunakan untuk memperbaiki performansi yang masih kurang baik. Banyak aspek yang mendukung kemajuan perusahaan, salah satunya adalah stakeholder. Pengukuran pada setiap stakeholder ini diperlukan untuk memperhatikan performansi kinerja yang telah ada. Pada penelitian ini dilakukan pengukuran kinerja dengan menggunakan Metode Performance Prism. Pemilihan metode Performance Prism ini dipilih karena metode ini dapat menampilkan berbagai sisi yang mendukung kemajuan perusahaan. Pengukuran ini dilakukan untuk meningkatkan strategi bisnis dan melakukan perbaikan pada stakeholder yang ada. Stakeholder pada penelitian ini adalah stakeholder konsumen, supplier dan tenaga kerja. Lakukan penentuan KPI yang akan menjadi indikator performansi untuk setiap stakeholder. Pembobotan dilakukan dengan metode AHP yang dibantu dengan software expert choice. Prioritaskan KPI yang memiliki bobot tertinggi dan gunakan scoring yang dihitung dengan metode OMAX dan Traffic Light System. KPI yang masuk dalam zona merah adalah KPI yang perlu untuk dilakukan perbaikan dengan segera. KPI yang masuk dalam zona kuning dinilai dalam kategori cukup dan KPI yang masuk dalam zona hijau adalah KPI yang telah tergolong baik.*

*Kata Kunci: Pengukuran Kinerja, Metode Performance Prism, OMAX, Traffic Light System*

### ABSTRACT

*Companies need to make improvements to their own companies so that the company can develop better than before. Performance measurement is a benchmark that describes the achievement of a business and is used to improve performance that is still not good. There are many aspects that support the progress of the company, one of which is the stakeholder. Measurement of each stakeholder is needed to pay attention to existing performance. In this research, performance measurement was carried out using the Performance Prism method. The choice of the Performance Prism method was chosen because this method can show various sides that support the progress of the company. This measurement is carried out to improve business strategy and make improvements to existing stakeholders. Stakeholders in this study are stakeholders, consumers, suppliers and workers. Determine the KPIs that will be the performance indicators for each stakeholder. The weighting is carried out using the AHP method which is assisted by the expert choice software. Prioritize KPIs that have the highest weight and use scoring calculated using the OMAX method and the Traffic Light System. KPIs that fall into the red zone are KPIs that need to be corrected immediately. KPIs that fall*

*into the yellow zone are considered to be in the sufficient category and KPIs that are included in the green zone are KPIs that are classified as good.*

*Keywords: Perfomance Prism Method, OMAX, Traffic Light System*

## 1 Pendahuluan

Persaingan bisnis yang semakin ketat, membuat banyak cara untuk dapat mencapai tingkat keuntungan tertinggi, salah satunya adalah dengan melakukan pengukuran kinerja. Tingkat keuntungan tertinggi dapat di peroleh oleh perusahaan jika performasi perusahaan sudah tergolong dalam kategori baik. Kinerja berasal dari kata *performance* yang berarti hasil pekerjaan atau prestasi kerja, serta proses yang berlangsung [1]. Pengukuran kinerja akan memungkinkan pemilik perusahaan atau mereka yang memiliki wewenang dapat menelusuri apakah metode pengukuran kinerja yang dipilih sudah benar untuk diimplementasikan atau belum. Ukuran kinerja dapat digunakan untuk mengomunikasikan strategi-strategi yang dapat diambil perusahaan. Apabila strategi yang diambil sudah tepat, maka kemungkinan besar tingkat performasi dan tingkat keuntungan perusahaan akan bertambah.

Masih banyak tolak ukur lain yang harus diperhatikan agar perkembangan perusahaan dapat diukur. Dari kenyataan inilah, maka dibutuhkan suatu sistem pengukuran kinerja yang mampu mengukur kinerja secara lebih akurat dan kompetitif yang dilihat baik dari sisi finansial dan non-finansial.

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan adalah dengan menggunakan metode Performance Prism. Metode ini memberikan pengukuran yang komprehensif dan sudut pandang yang luas, sehingga memberikan gambaran yang realistis mengenai penentu kesuksesan bisnis [2]. PT. X merupakan perusahaan yang bergerak di bidang retail. Ketatnya persaingan bisnis dengan kompetitor lainnya membuat perusahaan ini harus tetap bertahan memenangkan hati konsumen. Perusahaan harus mencoba untuk mengerti kebutuhan setiap stakeholdernya [3]. Banyaknya saran dan kritik yang diberikan pelanggan untuk PT. X menandakan bahwa perusahaan saat ini sedang dalam performa yang tidak baik. Metode Performance Prism merupakan metode pengukuran yang tepat karena dapat mempertimbangkan berbagai kepentingan dari berbagai sisi, salah satunya adalah konsumen. Untuk menentukan strategi bisnis yang dapat diambil oleh PT. X, maka penulis melakukan pengukuran kinerja dengan menggunakan metode Performance Prism.

## 2 Pemecahan Masalah

Adapun teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori yang berkaitan dengan pengukuran kinerja yang berhubungan dengan *Performance Prism*.

Performance Prism merupakan suatu model yang digunakan untuk pengukuran kinerja yang menggambarkan kinerja organisasi sebagai bangun 3 dimensi (prisma) yang memiliki 5 bidang sisi, yaitu sisi kepuasan *stakeholder*, strategi, proses, kapabilitas, dan kontribusi *stakeholder*[4]. Pengukuran kinerja yang digunakan berasal dari visi dan strategi badan usaha yang dijabarkan dalam lima perspektif performance prism sehingga membentuk sebuah framework (kerangka) performance prism[5].

Performance prism memberikan pengukuran yang komprehensif dan sudut pandang yang luas, sehingga memberikan gambaran yang realistis mengenai penentu kesuksesan bisnis. Performance prism tidak hanya mengukur hasil akhir, tetapi juga aktivitas penentu hasil. Dengan demikian pengukuran kinerja dapat memberikan gambaran yang jelas dan nyata tentang kondisi perusahaan yang sebenarnya [6].

Performance Prism adalah pengukuran kinerja inovatif dan kerangka kerja manajemen kinerja dengan memperhatikan beberapa sisi dan para *stakeholder* agar lebih maksimal. Kelebihannya dari kerangka kerja yang lainnya adalah bahwa Performance Prism meliputi semua *stakeholder* organisasi. Secara prinsip, meliputi investor, pelanggan, karyawan, *supplier*, dan masyarakat [7]. Adapun sisi dalam Performance Prism adalah sebagai berikut [2]:

1. *Stakeholder Satisfaction* (Kepuasan Pihak Terkait)
2. *Stakeholder Contribution* (Kontribusi Pihak Terkait)
3. *Strategies* (Strategi)
4. *Process* (Proses)
5. *Capabilities* (Kapabilitas)

## 2.1 KPI (Key Performance Indicator)

*Key Performance Indicators* merupakan matrik baik finansial maupun non finansial yang digunakan oleh perusahaan untuk mengukur performa kerjanya. *Key Performance Indicator* biasanya digunakan untuk menilai kondisi suatu bisnis serta tindakan apa yang diperlukan untuk menyikapi kondisi tersebut [8]. Key Performance Indicator (KPI) atau indikator kinerja utama adalah suatu indikator yang menyajikan serangkaian ukuran yang fokus pada aspek-aspek kinerja organisasi yang paling penting untuk keberhasilan organisasi pada saat ini dan waktu yang akan datang [2].

Adapun cara menentukan KPI adalah sebagai berikut[8] :

1. Menetapkan tujuan yang hendak dicapai.
2. Memiliki bisnis proses yang telah terdefinisi dengan jelas.
3. Menetapkan ukuran kuantitatif dan kualitatif sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai.
4. Memonitor setiap kondisi yang terjadi serta melakukan perubahan yang diperlukan guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang.

Adapun beberapa manfaat dari penetapan Key Performance Indicators dalam perusahaan adalah [2]:

1. Dengan KPI maka kinerja perusahaan dan setiap individu dapat dievaluasi secara lebih objektif dan terukur, sehingga dapat mengurangi unsur subyektifitas yang sering terjadi dalam proses penilaian kinerja.
2. Melalui penentuan KPI secara tepat, setiap individu atau divisi dapat menjadi paham mengenai hasil kinerja yang diharapkan. Hal ini akan mendorong individu atau divisi dalam perusahaan untuk bekerja lebih optimal untuk mencapai target kerja yang telah ditetapkan.
3. Melalui penetapan KPI yang obyektif dan terukur, proses pembinaan kinerja individu dapat dilakukan lebih terbuka dan sistematis.

## 2.2 AHP (Analytical Hierarchy Process)

Analytical Hierarchy Process merupakan teori umum pengukuran yang digunakan untuk menurunkan skala rasio dari beberapa perbandingan berpasangan yang bersifat diskrit maupun kontinu [9]. Analytical Hierarchy Process (AHP) adalah suatu metode pengambilan keputusan dengan melakukan perbandingan berpasangan antara kriteria pilihan dan juga perbandingan berpasangan antara pilihan yang ada. Permasalahan pengambilan keputusan dengan AHP umumnya dikomposisikan menjadi kriteria, dan alternative pilihan [10].

Analytical Hierarchy Process digunakan sebagai metode pemecahan masalah dibanding dengan metode yang lain karena [11] :

1. Struktur yang berhierarki, sebagai konsekuensi dari kriteria yang dipilih, sampai pada sub kriteria yang paling dalam.

2. Memperhitungkan validitas sampai dengan batas toleransi inkonsistensi sebagai kriteria dan alternatif yang dipilih oleh pengambil keputusan.
3. Memperhitungkan daya tahan output analisis sensitivitas pengambilan keputusan.

Demikian metode ini sangat berguna untuk membantu mendapatkan skala rasio dari hal-hal yang semula sulit diukur seperti pendapat, perasaan, perilaku dan kepercayaan.

### 2.3 Objective Matrix (OMAX)

OMAX merupakan suatu sistem pengukuran produktivitas parsial yang dikembangkan untuk memantau produktivitas pada elemen-elemen yang terdapat dalam perusahaan dengan kriteria produktivitas yang sesuai dengan tingkat kepentingan elemen tersebut (*objective*) dan langkah-langkah yang dilakukan dalam pengukuran produktivitas [12].

Dalam OMAX diharapkan aktivitas seluruh personil perusahaan untuk turut menilai, memperbaiki dan mempertahankan. Karena sistem ini merupakan sistem pengukuran yang diserahkan langsung ke bagian-bagian unit proses produksi [13]. Sistem ini merupakan sistem pengukuran yang diserahkan langsung ke bagian-bagian unit proses produksi [12]. Keuntungan model OMAX dalam pengukuran produktivitas perusahaan antara lain [14]:

1. Relatif sederhana dan mudah dipahami.
2. Mudah dilaksanakan dan tak memerlukan keahlian khusus.
3. Datanya mudah diperoleh.
4. Lebih fleksibel, tergantung pada masalah yang dihadapi.

### 2.4 Traffic Light System

*Traffic Light System* adalah suatu metode yang digunakan untuk mempermudah dalam memahami pencapaian kinerja perusahaan dengan bantuan 3 kategori warna yaitu merah, kuning, dan hijau. Batas dari masing-masing kategori warna tersebut, ditetapkan melalui hasil diskusi dengan pihak perusahaan [15]. Kategori warna tersebut dapat mempermudah pihak perusahaan untuk mengevaluasi kinerja perusahaan yang sesuai dengan target maupun yang tidak mencapai target [15]. Nurcahyanie (2008) menyebutkan bahwa [16]:

1. Warna merah menandakan bahwa skor/level berada di ambang batas 0 hingga 3. Kategori ini tergolong pada penilaian performa kurang baik, yang realisasinya berada di bawah target yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
2. Warna kuning menandakan bahwa skor/level berada di ambang batas 4 hingga 7 yang berarti kinerja perusahaan tergolong pada penilaian performa yang cukup atau yang realisasinya belum mencapai target maksimum.
3. Warna hijau menandakan bahwa skor/level berada di ambang batas 8 hingga 10 yang berarti kinerja perusahaan telah mencapai performa yang diharapkan. Golongan yang berwarna hijau ini sangat baik, karena telah mencapai target maksimum yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Pengukuran kinerja ini akan merekomendasikan proses perbaikan yang dapat digunakan sesuai dengan hasil pengukuran kinerja yang dilakukan. Dari hasil pengukuran kinerja, akan terlihat pada bagian mana kinerja perusahaan yang bermasalah [17].

## 3 Hasil dan Pembahasan

### 3.1 Pengolahan Data

Berikut ini adalah data KPI yang didapatkan dari hasil wawancara penulis dengan pihak manajemen perusahaan PT. X. Total KPI berjumlah 51 KPI dapat dilihat pada tabel 1 berikut.

PENGUKURAN KINERJA DENGAN METODE PERFORMANCE PRISM  
DAN OMAX (STUDI KASUS PT. X)

Tabel 1 *Key Performance Indicator (KPI)*

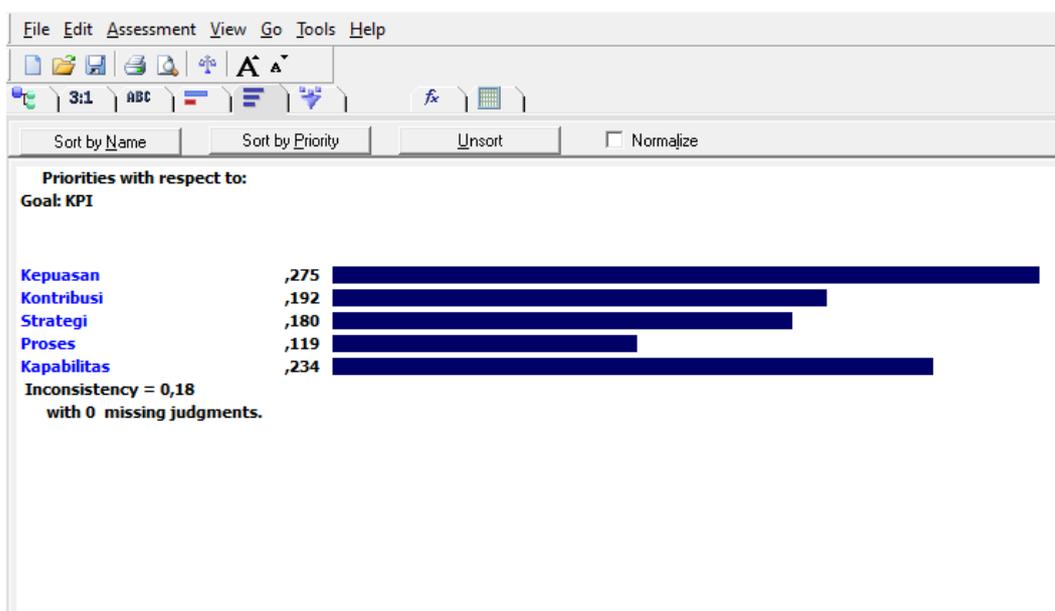
<b>Kinerja Kepuasan Stakeholder PT. X</b>		
Konsumen	KPI-K 1	Tingkat kepuasan pelanggan
	KPI-K 2	Tingkat kecepatan pelayanan konsumen
	KPI-K 3	Harga produk yang bersaing
	KPI-K 4	Kemudahan mendapatkan barang
	KPI-K 5	Kecepatan penanganan keluhan yang di berikan pelanggan
Tenaga Kerja	KPI-K 6	Kesesuaian peraturan dengan karyawan
	KPI-K 7	Tingkat kenyamanan bekerja
	KPI-K 8	Pengalaman kerja yang bertambah
	KPI-K 9	Frekuensi pemberian <i>training</i> bagi karyawan
	KPI-K 10	Saran dari karyawan
<i>Supplier</i>	KPI-K 11	Tingkat keuntungan yang diberikan <i>supplier</i>
	KPI-K 12	Ketepatan pembayaran barang yang jatuh tempo
	KPI-K 13	Jumlah pemesanan barang yang cenderung bertambah
	KPI-K 14	Tingkat retur barang yang rendah
<b>Kinerja Kontribusi Stakeholder PT. X</b>		
Konsumen	KPI-KO 1	Tingkat kepercayaan konsumen
	KPI-KO 2	Keuntungan yang didapatkan dari konsumen
	KPI-KO 3	Saran dan kritik dari konsumen
Tenaga Kerja	KPI-KO 4	Disiplin karyawan
	KPI-KO 5	Produktivitas karyawan
	KPI-KO 6	Absensi karyawan
<i>Supplier</i>	KPI-KO 7	Ketepatan pemenuhan pesanan
	KPI-KO 8	Pemberian harga beli yang murah
	KPI-KO 9	Kemudahan pemesanan barang
	KPI-KO 10	Pemberian barang yang berkualitas
<b>Kinerja Strategi Stakeholder PT. X</b>		
Konsumen	KPI-S 1	Keramahan pada saat melayani konsumen
	KPI-S 2	Pembayaran tanpa harus mengantre lama
	KPI-S 3	Pemberian harga yang murah
	KPI-S 4	<i>Store</i> yang mudah ditemukan di setiap lokasi
	KPI-S 5	Penyediaan layanan konsumen
Tenaga Kerja	KPI-S 6	Menghargai hak-hak karyawan
	KPI-S 7	Tempat kerja yang nyaman
	KPI-S 8	Pemberian upah yang sesuai
	KPI-S 9	Frekuensi pemberian <i>training</i> bagi karyawan
	KPI-S 10	Layanan konseling untuk karyawan
<i>Supplier</i>	KPI-S 11	Kesepakatan harga antara perusahaan dan <i>supplier</i>
	KPI-S 12	Persiapan dana untuk melakukan pembayaran produk
	KPI-S 13	Mencegah pengiriman barang yang rusak
<b>Kinerja Proses Stakeholder PT. X</b>		
Konsumen	KPI-P 1	Mengoptimalkan sistem pengadaan barang
	KPI-P 2	Memperhatikan trend barang yang beredar dipasaran
Tenaga Kerja	KPI-P 3	Penilaian terhadap kinerja karyawan

Tabel 1 Key Performance Indicator (KPI)

Supplier	KPI-P 4	Memperhatikan peramalan permintaan produk
	KPI-P 5	Pengukuran kemajuan pembelian barang
<b>Kinerja Kapabilitas Stakeholder PT. X</b>		
Konsumen	KPI-KA 1	Dana yang tersedia untuk membeli barang
	KPI-KA 2	Melakukan survei pasar
Tenaga Kerja	KPI-KA 3	Perbaikan atas kinerja yang kurang sesuai
Supplier	KPI-KA 4	Tingkat ketepatan peramalan

### 3.2 Pembahasan

Setelah melakukan validasi KPI dengan pihak perusahaan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan pembobotan. Pembobotan ini di dapatkan dengan bantuan *software expert choice* dan *Microsoft excel* untuk menentukan bobot masing-masing KPI. Dari perhitungan pembobotan dengan *software expert choice*, didapatkan bobot masing masing untuk setiap hierarki kepuasan, kontribusi, strategi, proses dan kapabilitas setiap *stakeholder* adalah 0,275; 0,192; 0,180; 0,119; 0,234. Hasil pembobotan juga dapat dilihat pada gambar 1 berikut.



Gambar 1 Pembobotan Faset dengan Expert Choice

Setelah bobot untuk hierarki pertama terpenuhi, maka selanjutnya adalah mencari bobot untuk setiap *stakeholder* yang ada. *Stakeholder* yang dipakai dalam penelitian ini adalah konsumen, tenaga kerja dan *supplier* dengan masing-masing bobotnya adalah 0,0460; 0,221 dan 0,319. Hasil pembobotan juga dapat dilihat pada gambar 2 berikut.



Gambar 2 Pembobotan Stakeholder dengan Expert Choice

PENGUKURAN KINERJA DENGAN METODE PERFORMANCE PRISM  
DAN OMAX (STUDI KASUS PT. X)

Setelah bobot untuk setiap *stakeholder* didapatkan, maka selanjutnya adalah mencari bobot untuk masing-masing KPI. Untuk mencari nilai bobot masing-masing KPI dilakukan dengan cara :

$$\text{Bobot KPI} = \text{Nilai bobot faset} \times \text{nilai bobot stakeholder} \times \text{nilai bobot KPI dalam faset}$$

Contoh perhitungan untuk KPI-K1 :

$$\text{KPI K} - 1 = 0,0275 \times 0,460 \times 0,420 = 0,0531$$

Total nilai bobot dari seluruh KPI adalah 1. Adapun untuk keseluruhan nilai bobot KPI dapat dilihat pada tabel 2 berikut.

Tabel 2 Pembobotan KPI

<b>Kinerja Kepuasan Stakeholder PT. X</b>			<b>Bobot</b>
Konsumen	KPI-K 1	Tingkat kepuasan pelanggan	0,0531
	KPI-K 2	Tingkat kecepatan pelayanan konsumen	0,0253
	KPI-K 3	Harga produk yang bersaing	0,0199
	KPI-K 4	Kemudahan mendapatkan barang	0,0109
	KPI-K 5	Kecepatan penanganan keluhan yang di berikan pelanggan	0,0173
Tenaga Kerja	KPI-K 6	Kesesuaian peraturan dengan karyawan	0,0081
	KPI-K 7	Tingkat kenyamanan bekerja	0,0178
	KPI-K 8	Pengalaman kerja yang bertambah	0,0097
	KPI-K 9	Frekuensi pemberian <i>training</i> bagi karyawan	0,0113
	KPI-K 10	Saran dari karyawan	0,0139
Supplier	KPI-K 11	Tingkat keuntungan yang diberikan <i>supplier</i>	0,0297
	KPI-K 12	Ketepatan pembayaran barang yang jatuh tempo	0,0208
	KPI-K 13	Jumlah pemesanan barang yang cenderung bertambah	0,0237
	KPI-K 14	Tingkat retur barang yang rendah	0,0135
<b>Kinerja Kontribusi Stakeholder PT. X</b>			<b>Bobot</b>
Konsumen	KPI-KO 1	Tingkat kepercayaan konsumen	0,0294
	KPI-KO 2	Keuntungan yang didapatkan dari konsumen	0,0294
	KPI-KO 3	Saran dan kritik dari konsumen	0,0294
Tenaga Kerja	KPI-KO 4	Disiplin karyawan	0,0331
	KPI-KO 5	Produktivitas karyawan	0,0182
	KPI-KO 6	Absensi karyawan	0,0100
Supplier	KPI-KO 7	Ketepatan pemenuhan pesanan	0,0118
	KPI-KO 8	Pemberian harga beli yang murah	0,0129
	KPI-KO 9	Kemudahan pemesanan barang	0,0048
	KPI-KO 10	Pemberian barang yang berkualitas	0,0129
<b>Kinerja Strategi Stakeholder PT. X</b>			<b>Bobot</b>
Konsumen	KPI-S 1	Keramahan pada saat melayani konsumen	0,0297
	KPI-S 2	Pembayaran tanpa harus mengantre lama	0,0089
	KPI-S 3	Pemberian harga yang murah	0,0228
	KPI-S 4	<i>Store</i> yang mudah ditemukan di setiap lokasi	0,0139
	KPI-S 5	Penyediaan layanan konsumen	0,0753
Tenaga Kerja	KPI-S 6	Menghargai hak-hak karyawan	0,0159
	KPI-S 7	Tempat kerja yang nyaman	0,0084

Tabel 2 Pembobotan KPI

	KPI-S 8	Pemberian upah yang sesuai	0,0070
	KPI-S 9	Frekuensi pemberian <i>training</i> bagi karyawan	0,0037
	KPI-S 10	Layanan konseling untuk karyawan	0,0048
Supplier	KPI-S 11	Kesepakatan harga antara perusahaan dan <i>supplier</i>	0,0254
	KPI-S 12	Persiapan dana untuk melakukan pembayaran produk	0,0222
	KPI-S 13	Mencegah pengiriman barang yang rusak	0,0097
<b>Kinerja Proses Stakeholder PT. X</b>			<b>Bobot</b>
Konsumen	KPI-P 1	Mengoptimalkan sistem pengadaan barang	0,0411
	KPI-P 2	Memperhatikan <i>trend</i> barang yang beredar dipasaran	0,0137
Tenaga Kerja	KPI-P 3	Penilaian terhadap kinerja karyawan	0,0263
Supplier	KPI-P 4	Memperhatikan peramalan permintaan produk	0,0095
	KPI-P 5	Pengukuran kemajuan pembelian barang	0,0285
<b>Kinerja Kapabilitas Stakeholder PT. X</b>			<b>Bobot</b>
Konsumen	KPI-KA 1	Dana yang tersedia untuk membeli barang	0,0942
	KPI-KA 2	Melakukan survei pasar	0,0135
Tenaga Kerja	KPI-KA 3	Perbaikan atas kinerja yang kurang sesuai	0,0517
Supplier	KPI-KA 4	Tingkat ketepatan peramalan	0,0746

Selanjutnya, diambil 4 KPI dari setiap faset yang memiliki bobot paling besar untuk selanjutnya dilakukan proses *scoring* dengan metode OMAX dan *Traffic Light System*. KPI yang digunakan terdapat pada tabel 3 sebagai berikut :

Tabel 3 KPI Yang Di Prioritaskan

<b>Kinerja Kepuasan Stakeholder PT. X</b>			<b>Bobot</b>
Konsumen	KPI-K 1	Tingkat kepuasan pelanggan	0,0531
	KPI-K 2	Tingkat kecepatan pelayanan konsumen	0,0253
Supplier	KPI-K 11	Tingkat keuntungan yang diberikan <i>supplier</i>	0,0297
	KPI-K 13	Jumlah pemesanan barang yang cenderung bertambah	0,0237
<b>Kinerja Kontribusi Stakeholder PT. X</b>			<b>Bobot</b>
Konsumen	KPI-KO 1	Tingkat kepercayaan konsumen	0,0294
	KPI-KO 2	Keuntungan yang didapatkan dari konsumen	0,0294
	KPI-KO 3	Saran dan kritik dari konsumen	0,0294
Tenaga Kerja	KPI-KO 4	Disiplin karyawan	0,0331
<b>Kinerja Strategi Stakeholder PT. X</b>			<b>Bobot</b>
Konsumen	KPI-S 1	Keramahan pada saat melayani konsumen	0,0297
	KPI-S 3	Pemberian harga yang murah	0,0228
	KPI-S 5	Penyediaan layanan konsumen	0,0753
Supplier	KPI-S 11	Kesepakatan harga antara perusahaan dan <i>supplier</i>	0,0254
<b>Kinerja Proses Stakeholder PT. X</b>			<b>Bobot</b>
Konsumen	KPI-P 1	Mengoptimalkan sistem pengadaan barang	0,0411
	KPI-P 2	Memperhatikan <i>trend</i> barang yang beredar di pasaran	0,0137
Tenaga Kerja	KPI-P 3	Penilaian terhadap kinerja karyawan	0,0263
Supplier	KPI-P 5	Pengukuran kemajuan pembelian barang	0,0285

PENGUKURAN KINERJA DENGAN METODE PERFORMANCE PRISM  
DAN OMAX (STUDI KASUS PT. X)

Tabel 3 KPI Yang Di Prioritaskan

Kinerja Kapabilitas Stakeholder PT. X			Bobot
Konsumen	KPI-KA 1	Dana yang tersedia untuk membeli barang	0,0942
	KPI-KA 2	Melakukan survei pasar	0,0135
Tenaga Kerja	KPI-KA 3	Perbaikan atas kinerja yang kurang sesuai	0,0517
Supplier	KPI-KA 4	Tingkat ketepatan peramalan	0,0746

Setelah dipilih KPI yang dominan, maka langkah selanjutnya adalah mengumpulkan data yang terkait dengan target perusahaan yang berhubungan dengan KPI tersebut. Berikut adalah data target yang ingin dicapai perusahaan terdapat pada tabel 4 sebagai berikut.

Tabel 4 Target Perusahaan

KPI	Key Performance Indikator	Target Maks (%)	Target Min (%)	Terburuk (%)	2018 (%)	2019 (%)
KPI-K 1	Tingkat kepuasan pelanggan	100	50	50	80	86
KPI-K 2	Tingkat kecepatan pelayanan konsumen	80	40	30	70	64
KPI-K 11	Tingkat keuntungan yang diberikan <i>supplier</i>	60	30	20	35	30
KPI-K 13	Jumlah pemesanan barang yang cenderung bertambah	70	35	20	69	63
KPI-KA 1	Dana yang tersedia untuk membeli barang	80	40	20	51	70
KPI-KA 2	Melakukan survei pasar	50	25	20	35	37
KPI-KA 3	Perbaikan atas kinerja yang kurang sesuai	50	25	24	45	48
KPI-KA 4	Tingkat ketepatan peramalan	80	40	20	81	76
KPI-KO 1	Tingkat kepercayaan konsumen	100	50	50	71	87
KPI-KO 2	Keuntungan yang didapatkan dari konsumen	80	40	30	40	67
KPI-KO 3	Saran dan kritik dari konsumen	50	25	20	30	25
KPI-KO 4	Disiplin karyawan	100	50	20	72	75
KPI-P 1	Mengoptimalkan sistem pengadaan barang	60	40	30	42	40
KPI-P 2	Memperhatikan trend barang yang beredar dipasaran	30	15	8	28	25
KPI-P 3	Penilaian terhadap kinerja karyawan	100	50	45	75	65
KPI-P 5	Pengukuran kemajuan pembelian barang	80	40	30	55	70
KPI-S 1	Keramahan pada saat melayani konsumen	70	35	28	40	45
KPI-S 3	Pemberian harga yang murah	70	35	30	60	65
KPI-S 5	Penyediaan layanan konsumen	80	60	35	65	75
KPI-S 11	Kesepakatan harga antara perusahaan dan <i>supplier</i>	50	25	20	25	25

Setelah didapatkan data yang dibutuhkan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan perhitungan (*scoring*) dengan metode OMAX dan metode *Traffic Light System*. Hasil perhitungan dengan metode ini terdapat pada tabel 5 dan 6 sebagai berikut.

Dalam penentuan skala performansi ada tiga level sebagai acuan. Level 10 merupakan target maksimum yang ingin dicapai oleh perusahaan. Level 0 di isi dengan performansi terburuk yang pernah terjadi dan level 3 di isi dengan target minimal yang ingin dicapai oleh perusahaan. Untuk mencari nilai aktual di setiap level, maka gunakan rumus interpolasi sebagai berikut :

Rumus Interpolasi: ( $x$  = score,  $y$  = nilai aktual)

$$P(x) = y_0 + \frac{(y_1 - y_0)}{x_1 - x_0} (x - x_0) \tag{1}$$

Untuk level (*score*) 0-3, gunakan  $x_1 = 3$  dan  $x_0 = 0$

Untuk level (*score*) 3-9, gunakan  $x_1 = 10$  dan  $x_0 = 3$

Contoh perhitungan nilai aktual KPI K-1 pada level 5 :  $x_1 = 10$  dan  $x_0 = 3, y_0 = 50; y_1 = 100; x = 5$

$$P(x) = 50 + \left(\frac{100-50}{10-3}\right) (5 - 3) = 64,29$$

Setelah didapatkan nilai aktual untuk setiap level, maka langkah selanjutnya adalah mencari nilai yang mendekati performansi yang telah dicapai di tahun 2019. Apabila tergolong dalam performa yang baik, maka beri warna hijau, apabila tergolong dalam performa cukup, beri warna kuning dan apabila tergolong dalam performa buruk, beri warna merah. Tentukan *score* masing-masing KPI dengan cara melihat nilai pada level mana yang mendekati nilai performansi.

*Value* didapatkan dari *score* dikalikan dengan bobot KPI. Untuk menghitung nilai performance indikator, jumlahkan seluruh *value* KPI, sehingga performance indikator adalah 5,6967.

Tabel 5 *Scoring* dengan Metode OMAX dan *Traffic Light System*(1)

KPI No	KPI-K 1	KPI-K 2	KPI-K 11	KPI-K 13	KPI-KA 1	KPI-KA 2	KPI-KA 3	KPI-KA 4	KPI-KO 1	KPI-KO 2	
<b>Performance</b>	<b>86,00</b>	<b>64,00</b>	<b>30,00</b>	<b>63,00</b>	<b>70,00</b>	<b>37,00</b>	<b>48,00</b>	<b>76,00</b>	<b>87,00</b>	<b>67,00</b>	
<i>Score</i>	10	100,00	80,00	60,00	70,00	80,00	50,00	50,00	80,00	100,00	80,00
	9	92,86	74,29	55,71	65,00	74,29	46,43	46,43	74,29	92,86	74,29
	8	85,71	68,57	51,43	60,00	68,57	42,86	42,86	68,57	85,71	68,57
	7	78,57	62,86	47,14	55,00	62,86	39,29	39,29	62,86	78,57	62,86
	6	71,43	57,14	42,86	50,00	57,14	35,71	35,71	57,14	71,43	57,14
	5	64,29	51,43	38,57	45,00	51,43	32,14	32,14	51,43	64,29	51,43
	4	57,14	45,71	34,29	40,00	45,71	28,57	28,57	45,71	57,14	45,71
	3	50,00	40,00	30,00	35,00	40,00	25,00	25,00	40,00	50,00	40,00
	2	50,00	36,67	26,67	30,00	33,33	23,33	24,67	33,33	50,00	36,67
	1	50,00	33,33	23,33	25,00	26,67	21,67	24,33	26,67	50,00	33,33
	0	50,00	30,00	20,00	20,00	20,00	20,00	24,00	20,00	50,00	30,00

<i>Score</i>	7	7	7	8	8	6	9	9	7	8
<i>Bobot</i>	0,0531	0,0297	0,0253	0,0237	0,0942	0,0746	0,0517	0,0135	0,0294	0,0294
<i>Value</i>	0,3717	0,2079	0,1771	0,1896	0,7536	0,4476	0,4653	0,1215	0,2058	0,23528448

Tabel 6 *Scoring* dengan Metode OMAX dan *Traffic Light System*(2)

KPI No	KPI-KO 3	KPI-KO 4	KPI-P 1	KPI-P 2	KPI-P 3	KPI-P 5	KPI-S 1	KPI-S 3	KPI-S 5	KPI-S 11	
<b>Performance</b>	<b>25,00</b>	<b>75,00</b>	<b>40,00</b>	<b>25,00</b>	<b>65,00</b>	<b>70,00</b>	<b>45,00</b>	<b>65,00</b>	<b>75,00</b>	<b>25,00</b>	
Score	10	50,00	100,00	60,00	30,00	100,00	80,00	70,00	70,00	80,00	50,00
	9	46,43	92,86	57,14	26,86	92,14	74,29	65,00	65,00	77,14	46,43
	8	42,86	85,71	54,29	23,71	84,29	68,57	60,00	60,00	74,29	42,86
	7	39,29	78,57	51,43	20,57	76,43	62,86	55,00	55,00	71,43	39,29
	6	35,71	71,43	48,57	17,43	68,57	57,14	50,00	50,00	68,57	35,71
	5	32,14	64,29	45,71	14,29	60,71	51,43	45,00	45,00	65,71	32,14
	4	28,57	57,14	42,86	11,14	52,86	45,71	40,00	40,00	62,86	28,57
	3	25,00	50,00	40,00	8,00	45,00	40,00	35,00	35,00	60,00	25,00
	2	23,33	40,00	36,67	10,33	46,67	36,67	32,67	33,33	51,67	23,33
	1	21,67	30,00	33,33	12,67	48,33	33,33	30,33	31,67	43,33	21,67
	0	20,00	20,00	30,00	15,00	50,00	30,00	28,00	30,00	35,00	20,00

Score	3	6	3	8	5	8	5	9	8	8
Bobot	0,0531	0,0297	0,0253	0,0237	0,0942	0,0746	0,0517	0,0135	0,0294	0,0294
Value	0,1593	0,1782	0,0759	0,1896	0,471	0,5968	0,2585	0,1215	0,2352	0,23528448

### 3.3 Usulan Perbaikan

Dari hasil *scoring*, terdapat 11 KPI yang termasuk dalam kategori baik, 5 KPI termasuk dalam kategori cukup dan 4 KPI termasuk dalam KPI buruk. KPI yang termasuk dalam kategori buruk adalah KPI-K 11, KPI-KO 3, KPI-P 1 dan KPI-S11.

#### 1. KPI-K 11 (Tingkat keuntungan yang diberikan *supplier*)

*Supplier* merupakan *stakeholder* yang berkontribusi dalam penyediaan barang. Tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan juga ditentukan dari murahnya harga yang diberikan kepada *supplier* untuk dijual kembali. Untuk mengatasi tingkat keuntungan yang rendah, maka perusahaan sebaiknya mengambil dalam partai yang lebih besar atau beralih ke *supplier* dari tangan pertama.

#### 2. KPI KO-3 (Saran dan kritik dari konsumen)

Konsumen merupakan *stakeholder* terpenting yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Tingginya jumlah kritik dan saran dari konsumen sebaiknya diperhatikan oleh perusahaan. Sebagian besar kritik dan saran ini ketika divalidasi oleh perusahaan berkaitan dengan banyaknya barang yang kosong pada *display*, sehingga konsumen kesulitan mencari barang yang mereka butuhkan. Untuk mengatasi hal ini, sebaiknya perusahaan melakukan sistem pemesanan barang yang lebih cepat dan teratur serta melakukan survei pasar untuk mengetahui barang apa yang sedang banyak dibutuhkan oleh konsumen. Apabila *supplier* tidak mampu memenuhi kebutuhan tersebut, maka sebaiknya perusahaan juga mencari *supplier* barang sejenis agar kepercayaan konsumen tetap terjaga.

3. KPI-P 1 (Mengoptimalkan sistem pengadaan barang)

Sistem pengadaan barang akan berperan penting dalam meningkatkan keuntungan perusahaan dan kepercayaan konsumen. Sebaiknya perusahaan melakukan perhitungan peramalan agar jumlah barang yang tersedia dapat mencukupi kebutuhan konsumen.

4. KPI-S11 (Kesepakatan harga antara perusahaan dan supplier)

Untuk mencapai kesepakatan harga antara perusahaan dan *supplier*, sebaiknya perusahaan melakukan negosiasi produk dengan *supplier*. Jika negosiasi produk tidak berjalan dengan baik, perusahaan sebaiknya mencari *supplier* yang mau bekerja sama. Kesepakatan harga ini akan tercapai apabila ada penawaran yang menarik bagi perusahaan. Perusahaan disarankan untuk mencari *supplier* tangan pertama, sehingga akan menghasilkan harga yang murah.

## 4 Kesimpulan

Dari pengukuran yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa *Performance Prism* adalah pengukuran kinerja inovatif dan kerangka kerja manajemen kinerja dengan memperhatikan beberapa sisi dan para *stakeholder* agar lebih maksimal. Setelah dilakukan penelitian di PT. X, maka didapatkan dari hasil *scoring*, terdapat 11 KPI tergolong dalam kategori baik, 5 KPI tergolong dalam kategori cukup dan 4 KPI tergolong dalam KPI buruk. KPI yang termasuk dalam kategori buruk adalah KPI-K 11, KPI-KO 3, KPI-P 1 dan KPI-S11.

## Daftar Pustaka

- [1] Wibowo, *Manajemen Kinerja*. Jakarta: Penerbit Raja Grafindo Persada, 2008.
- [2] A. Rufaid and M. I. Vidiyanto, "Sistem Pengukuran Kinerja Menggunakan Metode Performance Prism Di Pt Karung Emas Manyar Gresik," *Rekayasa*, vol. 11, no. 1, p. 46, 2018, doi: 10.21107/rekayasa.v11i1.4124.
- [3] M. J. Epstein, "Measuring and Managing Performance in the 21st Century," *Meas. Manag. Perform.*, pp. 1–14, 2001.
- [4] A. Neely, C. Adams, and P. Crowe, "The performance prism in practice," *Meas. Bus. Excell.*, vol. 5, no. 2, pp. 6–13, 2001, doi: 10.1108/13683040110385142.
- [5] L. Mardiono, E. Wibisono, and C. Jolanda, "Pengukuran Kinerja Menggunakan Model Performance Prism," *Proc. 6th Natl. Ind. Eng. Conf. (NIEC-6), Surabaya, 20 Oktober 2011*, p. 8, 2011, [Online]. Available: [http://repository.ubaya.ac.id/434/7/Mardiono\\_Pengukuran\\_Kinerja\\_2011.pdf](http://repository.ubaya.ac.id/434/7/Mardiono_Pengukuran_Kinerja_2011.pdf).
- [6] W. Kusuma, P. Suwignjo, I. Vanany, P. Pascasarjana, B. Keahlian, and M. Operasional, "Perancangan dan pengukuran kinerja dengan menggunakan metode performance prism di pt kangsen kenko indonesia cabang surabaya," 2006.
- [7] C. Adams and A. Neely, "The performance prism to boost M&A success," *Meas. Bus. Excell.*, vol. 4, no. 3, pp. 19–23, 2000, doi: 10.1108/13683040010377818.
- [8] "Customer Retention Marketing (CRM), Profil Perusahaan XL dan Deskripsi Call Centre, Sumber Daya Manusia, Indikator 'Key Performance'," 2017. <https://modelskripsi.blogspot.com/2017/01/customer-retention-marketing-crm-profil.html> (accessed Dec. 10, 2020).
- [9] T. L. Saaty, *Pengambilan Keputusan Bagi Para Pemimpin: Proses Hirarki Analitik untuk Pengambilan Keputusan dalam Situasi yang Kompleks*. Jakarta: PT. Pustaka Binaman Pressindo, 1991.
- [10] Y. Agusta, "Analytical Hierarchy Process (AHP)," 2014. <https://yudiagusta.wordpress.com/2014/02/23/analytical-hierarchy-process-ahp/> (accessed Dec. 15, 2020).
- [11] A. Munthafa and H. Mubarak, "Penerapan Metode Analytical Hierarchy Process Dalam Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Mahasiswa Berprestasi," *J. Siliwangi*, vol. 3, no. 2, pp. 192–

- 201, 2017.
- [12] H. C. Wahyuni and S. Setiawan, "Implementasi Metode Objective Matrix (OMAX) Untuk Pengukuran Produktivitas Pada PT.ABC," *PROZIMA (Productivity, Optim. Manuf. Syst. Eng.*, vol. 1, no. 1, p. 17, 2017, doi: 10.21070/prozima.v1i1.702.
- [13] L. A. Silalahi, Rispianda, and Yuniar, "Usulan Strategi Peningkatan Produktivitas Berdasarkan Hasil Analisis Pengukuran Objective Matrix (OMAX) pada Departemen Produksi Transformer(Studi Kasus di PT. XYZ)," *J. Online Inst. Teknol. Nas. Jur. Teh. Ind. No.03*, vol. 02, no. Peningkatan Produktivitas, pp. 84–95, 2014.
- [14] I. Putri, Narto, and T. Z.J.H, "Perancangan Sistem Pengukuran Kinerja Menggunakan Metode Prism Performance (Studi Kasus Di PT. POLOWIJO)," vol. 12, no. 361, pp. 64–69, 2017.
- [15] Adianto, "Analisis Pengukuran Kinerja Perusahaan dengan Metode Performance Prism dan Scoring Objective Matrix (OMAX) pada PT. BPAS," *Anal. Pengukuran Kinerja Perusah. Dengan Metod. Perform. Prism Dan Scoring Object. Matrix Pada Pt. Bpas*, vol. 18, pp. 61–70, 2014.
- [16] Y. D. Nurcahyanie, "PERANCANGAN SISTEM PENGUKURAN KINERJA DENGAN METODE INTEGRATED PERFORMANCE MEASUREMENT SYSTEMS ( IPMS ) ( Studi Kasus : Program Studi Teknik Industri Universitas PGRI Adi buana Surabaya ) Oleh : Yunia Dwie Nurcahyanie \*)," vol. 09, pp. 15–23, 2011.
- [17] R. P. S. Wike Agustin Prima Dania, Imam Santoso, "ANALISIS PENGUKURAN KINERJA KORPORASI MENGGUNAKAN METODE PERFORMANCE PRISM (STUDI KASUS DI PT INTI LUHUR FUJA ABADI, PASURUAN)," vol. 13, no. 1, pp. 67–77, 2012.