

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Simpulan yang dihasilkan dari penelitian pengukuran kinerja dengan menggunakan pendekatan *Balanced Scorecard* pada *Drucken Photo Booth* dengan menggunakan metode *Strategy Map*, *Key Performance Indicator*, dan *Analytical Hierarchy Process* adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini berhasil merancang *Strategy Map* terhadap bisnis usaha *Drucken Photo Booth* yang menghasilkan 3 alternatif strategi dari tiap-tiap perspektif, pada perspektif finansial strategi yang diterapkan adalah Laba Yang Diterima Selama Investasi, Peningkatan Pemasukan Dari Pelanggan Baru, Tingkat Keuntungan Suatu Perusahaan. Sedangkan pada perspektif pelanggan strategi yang digunakan adalah Meningkatkan Pelanggan Baru, Memberikan *Special Discount*, Memberikan *unlimited* cetak foto dan revisi cetak foto selama batas yang ditentukan. Pada perspektif bisnis internal strategi yang digunakan adalah Menyebarkan usaha untuk menguasai pangsa pasar, Meningkatkan kualitas hasil cetak foto dan pelayanan, dan memberikan layanan purna jual. Dan yang terakhir adalah perspektif pertumbuhan dan pembelajaran dengan strategi yang digunakan adalah Perekrutan staf honorer, Pemberian *reward* setelah *achieve* target, dan memberikan motivasi agar bersemangat.
2. Pembobotan kinerja *Drucken Photo Booth* dengan menggunakan *Analytical Hierarchy Process* menghasilkan urutan prioritas dari *Drucken Photo Booth*, yaitu
 - a. Prioritas *Drucken Photo Booth*

Prioritas yang paling besar jatuh pada perspektif pelanggan dengan bobot 0.3989, lalu prioritas yang lebih besar selanjutnya adalah finansial dengan bobot 0.3572, lalu perspektif bisnis internal dengan bobot 0.1607, dan perspektif yang

memiliki prioritas terendah adalah pertumbuhan dan pembelajaran dengan bobot 0.0832.

b. Prioritas Perspektif Finansial

Prioritas pada perspektif finansial yang paling besar jatuh pada *Return of Investment* dengan bobot 0.1925, lalu *Sales Growth Ratio* dengan bobot 0.1062, dan prioritas terkecil jatuh pada Kepuasan *Net Profit Margin* dengan bobot 0.0585.

c. Prioritas Perspektif Pelanggan

Prioritas pada perspektif pelanggan yang paling besar jatuh pada Kenaikan Laju Pelanggan dengan bobot 0.2397, lalu Kepuasan Pelanggan Terhadap Fasilitas dengan bobot 0.0913, dan prioritas terkecil jatuh pada Kepuasan Pelanggan Terhadap Harga dengan bobot 0.0679.

d. Prioritas Perspektif Bisnis Internal

Prioritas pada perspektif bisnis internal yang paling besar jatuh pada Memberikan Kualitas Yang Terbaik dengan bobot 0.1018, lalu *Digital Marketing (Account Reached)* dengan bobot 0.0419, dan prioritas terkecil jatuh pada Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan dengan bobot 0.0171.

e. Prioritas Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran

Prioritas pada perspektif pertumbuhan dan pembelajaran yang paling besar jatuh pada Jumlah *Training* dan Motivasi Tenaga Kerja dengan bobot 0.0342, lalu *Reward* Tenaga Kerja dengan bobot 0.0273, dan prioritas terkecil jatuh pada Peningkatan Tenaga Kerja dengan bobot 0.0217.

3. Penentuan nilai KPI Drucken *Photo Booth* dengan menggunakan *Key Performance Indicator* menghasilkan nilai KPI dari tiap perspektif dan dari tiap-alternatif.

a. Nilai KPI Drucken Photo Booth

Nilai bobot KPI pada Perspektif finansial memiliki nilai sebesar 0.0204, pada perspektif pelanggan memiliki nilai sebesar 0.2525, pada perspektif bisnis internal memiliki nilai sebesar 0.1467, dan pada perspektif pertumbuhan dan pembelajaran memiliki nilai sebesar 0.0287 yang mana apabila digabungkan secara keseluruhan

memiliki nilai 0.4483 yang mengindikasikan bahwa Drucken *Photo Booth* perlu melakukan perbaikan terhadap strategi yang telah digunakan.

b. Nilai KPI pada Perspektif Finansial

Nilai bobot KPI pada perspektif finansial strategi *Return of Investment* memiliki nilai sebesar 0.0024, strategi *sales growth ratio* memiliki nilai sebesar 0.0165, strategi *net profit margin* memiliki nilai sebesar 0.0015.

c. Nilai KPI pada Perspektif Pelanggan

Nilai bobot KPI pada perspektif pelanggan strategi Kenaikan Laju Pelanggan memiliki nilai sebesar 0.0666, strategi kepuasan pelanggan terhadap harga memiliki nilai sebesar 0.0825, strategi kepuasan pelanggan terhadap fasilitas memiliki nilai sebesar 0.1035.

d. Nilai KPI pada Perspektif Bisnis Internal

Nilai bobot KPI pada perspektif bisnis internal strategi *Digital Marketing (Account Reached)* memiliki nilai sebesar 0.0283, strategi Memberikan Kualitas yang terbaik memiliki nilai sebesar 0.1018, strategi Kepuasan Pelanggan terhadap pelayanan memiliki nilai sebesar 0.0166.

e. Nilai KPI pada Perspektif Pertumbuhan dan Perkembangan

Nilai bobot KPI pada perspektif pertumbuhan dan pembelajaran strategi Peningkatan Tenaga Kerja memiliki nilai sebesar 0.0145, strategi *reward* tenaga kerja memiliki nilai sebesar 0, strategi *training* dan motivasi tenaga kerja memiliki nilai sebesar 0.0142.

4. Rancangan usulan perbaikan yang yang direkomendasikan untuk meningkatkan kinerja bisnis usaha Drucken *Photo Booth* menurut nilai terendah dari bobot KPI adalah sebagai berikut

a. Usulan Perbaikan Perspektif Finansial

Drucken *Photo Booth* perlu melakukan perbaikan pada strategi ini dengan memberikan harga termurah di pangasanya sehingga menarik minat pelanggan untuk melakukan sesi *booking* dan dapat meningkatkan nilai laba dengan menurunkan harga dari Rp. 1.000.000 per jam menjadi Rp. 750.000 dalam 2 bulan.

b. Usulan Perbaikan Perspektif Pelanggan

Drucken *Photo Booth* perlu melakukan perbaikan pada strategi ini dengan cara membuat strategi yang tepat untuk meningkatkan laju pelanggan seperti bekerja sama dengan *vendor* lain untuk bekerja sama dengan bekerja sama selama 8 tahun dengan *vendor* lain.

c. Usulan Perbaikan Perspektif Bisnis Internal.

Drucken *Photo Booth* perlu melakukan perbaikan pada strategi ini dengan cara mempromosikan usaha dengan kanal sosial media selain Instagram sebanyak 2 kali dalam sebulan.

d. Usulan Perbaikan Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran

Drucken *Photo Booth* belum pernah mendapatkan *rewarding* karena *achieve* target, sehingga peneliti mengusulkan bahwa Drucken *Photo Booth* perlu melakukan perbaikan pada strategi ini dengan cara memberikan *reward* walaupun belum *achieve* target sehingga dapat memacu motivasi pekerja dengan memberikan *reward* sebanyak 1 kali dalam sebulan.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, terdapat saran yang dapat dijadikan pertimbangan kepada perusahaan dan penelitian selanjutnya. Adapun saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

Saran untuk Perusahaan (Drucken *Photo Booth*):

Pembuatan strategi merupakan hal yang penting untuk dilakukan, sehingga perlu dilakukan pembuatan strategi ulang agar perusahaan dapat mencapai target yang sudah ditetapkan.

Saran untuk peneliti selanjutnya:

Penelitian ini dapat menggunakan metode yang lainnya untuk mengambil keputusan selama metode tersebut sesuai dengan pengukuran kinerja.