

ABSTRAK

PDAM Kabupaten Bandung sebagai salah satu BUMD diharapkan mampu memberikan kontribusi yang memadai kepada masyarakat dan juga kepada pemerintah. Dalam hal ini metode *balance scorecard* bisa digunakan dalam penilaian kinerja PDAM untuk memberikan kontribusi yang memadai kepada masyarakat dan juga pemerintah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kinerja PDAM Kabupaten Bandung menggunakan metode *balance scorecard*. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder.

Penelitian dilakukan dengan mengukur tingkat kinerja PDAM Kabupaten Bandung pada empat perspektif kinerja dalam *balance scorecard*, yaitu perspektif keuangan, perspektif pelanggan, perspektif bisnis internal, dan perspektif pembelajaran dan pertumbuhan. Data primer dan sekunder digunakan untuk mengukur baik buruknya kinerja perusahaan dari empat perspektif.

Jenis dari penelitian ini termasuk ke dalam kategori jenis penelitian kuantitatif dan kualitatif yang bersifat korelasional. Menggunakan metode analisis deskriptif

Hasil merekomendasikan PDAM Kabupaten Bandung untuk (1) Manajemen harus memperhatikan *fix asset turnover* dan *return on investment* mengingat angka presentase yang semakin menurun, hal ini bisa dilakukan dengan memperhatikan tingkat investasi yang dilakukan perusahaan. (2) Manajemen harus memperhatikan tingkat pemerolehan pelanggan dimana tingkat presentase yang semakin menurun. (3) Manajemen harus lebih memikirkan inovasi yang bertujuan untuk memudahkan layanan terhadap pelanggan, pada layanan purna jual manajemen harus meningkatkan pelayanan atau tanggapan yang lebih cepat dalam mengatasi keluhan pelanggan, dapat dilakukan dengan layanan 24 jam untuk keluhan pelanggan. (4) Manajemen harus lebih memperhatikan tingkat kepuasan karyawan mengingat hasil pengukuran menunjukkan hasil cukup seharusnya perusahaan dapat mendapatkan hasil puas untuk tingkat kepuasan karyawan.

Kata Kunci : *Balance scorecard*, Pengukuran Kinerja, Perspektif Keuangan, Perspektif Pelanggan, Perspektif Bisnis Internal, Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan