

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum

Gambaran umum dari objek penelitian ini berisikan mengenai profil perusahaan secara lengkap yang akan berkaitan dengan penelitian ini. Penulis memilih Artomoro Motor sebagai objek penelitian.

1.1.1 Profil dan Sejarah Singkat Perusahaan

Artomoro motor merupakan suatu perusahaan yang didirikan pada tahun 2005 dan resmi berbadan hukum di tahun 2006 yang didirikan oleh Bapak Luthfi Jauhari dan dibantu oleh Bapak Rozak. Saat ini Artomoro Motor berlokasi di Jl. Leuwigajah No. 220 (Bundaran) Cimahi, pemilihan lokasi tersebut dikarenakan strategis dan mudah untuk dicari. Perusahaan ini bergerak pada bidang otomotif yakni *showroom* jual beli motor bekas, tidak hanya motor bekas Artomoro memiliki 2 jenis produk yang ditawarkan yaitu motor bekas dan motor baru yang tersedia dari berbagai merk dan unit dari berbagai tahun. Berdasarkan review di Internet Artomoro sendiri sudah cukup terkenal di kalangan pecinta motor dikarenakan harganya yang terjangkau dan banyaknya unit yang tersedia mulai dari kendaraan roda dua hingga roda tiga selain itu artomoro sendiri sudah bekerja sama dengan merk VIAR dimana merk tersebut saat ini dikenal dan banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Hingga saat ini Artomoro Motor masih beroperasi menyediakan dan menjual motor bekas, motor baru, selain outlet offline Artomoro juga aktif berjualan dan memberikan informasi pada *platform online* seperti *Instagram, Facebook, Bukalapak, Tiktok, dan juga WhatsApp*.

1.1.2 Logo Perusahaan

Berikut merupakan logo dari perusahaan Artomoro Motor:



Gambar 1.1 Logo Artomoro Motor Cimahi

Sumber: Artomoro Motor

Gambar 1.1 yang merupakan logo dari Artomoro Motor

1. Elemen segitiga berwarna merah, melambangkan huruf A yang berarti Artomoro juga kekuatan dan pergerakan yang dinamis dan warna merah melambangkan bahwa Artomoro memiliki semangat yang besar, penuh energi, dan semangat.
2. Elemen berwarna biru, melambangkan tapak dari ban motor yang menandakan bahwa Artomoro motor memang identik dengan otomotif terutama motor, bentuk melingkari segitiga dan warna biru melambangkan kekeluargaan pada Artomoro Motor baik kekeluargaan dalam internal Artomoro maupun dengan pelanggan.

1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

Perusahaan tentunya memiliki Visi dan Misi, berikut merupakan visi dan misi yang dimiliki dan dijunjung oleh Artomoro Motor (Triatmojo, Sapruddin, 2023):

1. Visi:
Semua adalah saudara, maka harus saling membantu dan menguntungkan.

2. Misi:

- Bagi Pegawai

“Melayani dengan Hati” motto yang juga diterapkan bagi setiap pegawai yang ada di Artomoro Motor Cimahi, Para Pegawai diajarkan dan diwajibkan untuk melayani pelanggan dengan sepenuh hati dan menganggap pelanggan adalah keluarga, selain itu misi dari Artomoro Motor menganut asas kekeluargaan dimana pegawai menganggap pegawai lainnya seperti keluarga.

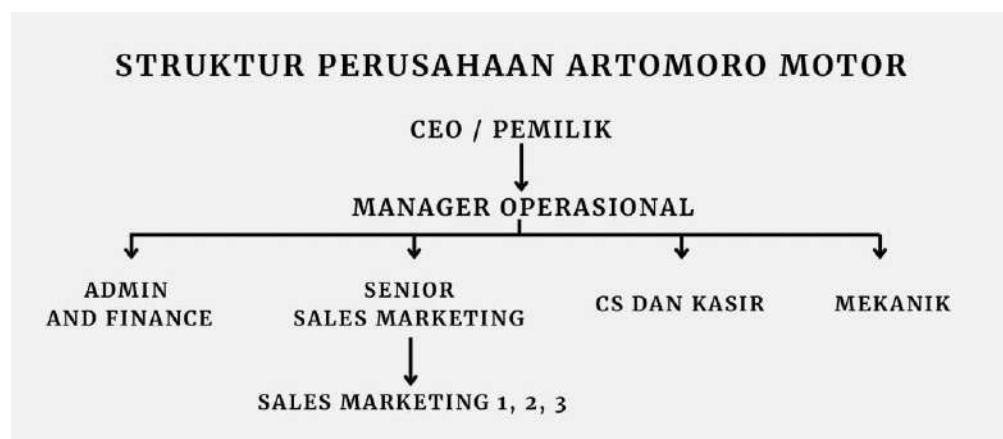
- Bagi Pelanggan

Memberikan rasa nyaman dan dapat menjadi konsultan yang baik kepada pelanggan maupun calon pelanggan Artomoro Motor Cimahi.

- Bagi Perusahaan

Dapat memastikan dan mempertahankan rasa kepercayaan dari konsumen dan dapat menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan kekeluargaan.

1.1.4 Struktur Perusahaan pada Artomoro Motor



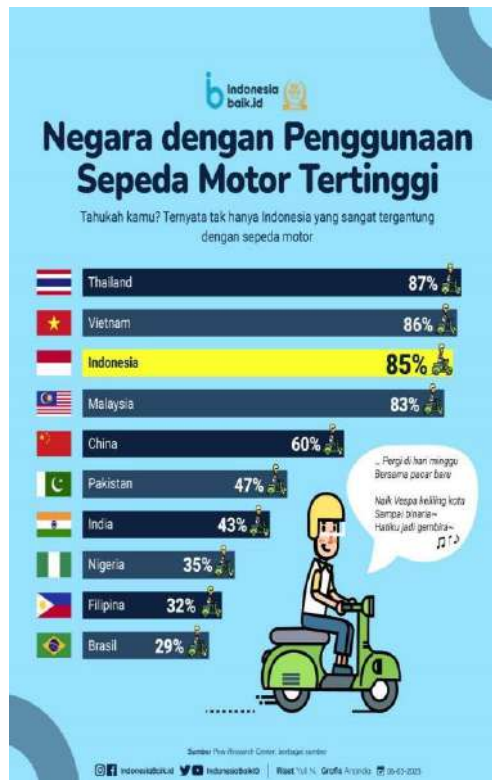
Gambar 1.2 Struktur Perusahaan Artomoro Motor Cimahi

Sumber: Data Olahan Peneliti (2023)

Gambar 1.2 merupakan struktur perusahaan dari Artomoro Motor. Pada tingkat tertinggi terdapat CEO atau pemilik dari Artomoro Motor yang memiliki wewenang untuk mendelegasikan tugas untuk setiap SDM pada Artomoro Motor, menilai, menyetujui, dan merekomendasikan seluruh kegiatan, menyetujui dan mengesahkan laporan keuangan setiap tahunnya, Pada tingkat kedua terdapat *Manager Operasional* dibawah CEO yang memiliki tanggung jawab untuk mengelola *showroom* dan operasionalnya, mengawasi dan memastikan kelancaran operasional, mengevaluasi setiap laporan dari kegiatan operasional. Pada tingkat selanjutnya terdapat *Admin and Finance*, *Senior Sales Marketing*, CS dan Kasir, juga Mekanik yang berada dibawah naungan Manager Operasional yang masing-masing dari bagian tersebut memiliki tugasnya tersendiri, *Admin and Finance* bertanggung jawab terhadap hal-hal yang berhubungan dengan keuangan perusahaan dan membuat laporan keuangan dari kas kecil sampai kas besar, pada tingkat yang sama terdapat CS dan Kasir yang memiliki tugas menerima panggilan yang masuk ke kantor, mencatat dan merespon keluhan pelanggan, mencatat data konsumen, melayani transaksi konsumen, dan membantu mencatat laporan keuangan jual beli. Pada tingkat yang sama bagian Mekanik yang memiliki tanggung jawab atas segala aktivitas yang dilakukan di bengkel, melakukan pemeriksaan mesin terhadap *stock* motor yang masuk, melakukan pemeriksaan ulang sebelum kendaraan yang terjual diserahkan ke pelanggan dan memperbaiki unit yang rusak. Pada tingkat yang sama terdapat *Senior Sales Marketing* yang memiliki tanggung jawab untuk menjaring konsumen untuk meningkatkan penjualan, memasarkan produk, dan menjaga hubungan baik, sehat, dan kekeluargaan dengan pelanggan.

1.2 Latar Belakang Penelitian

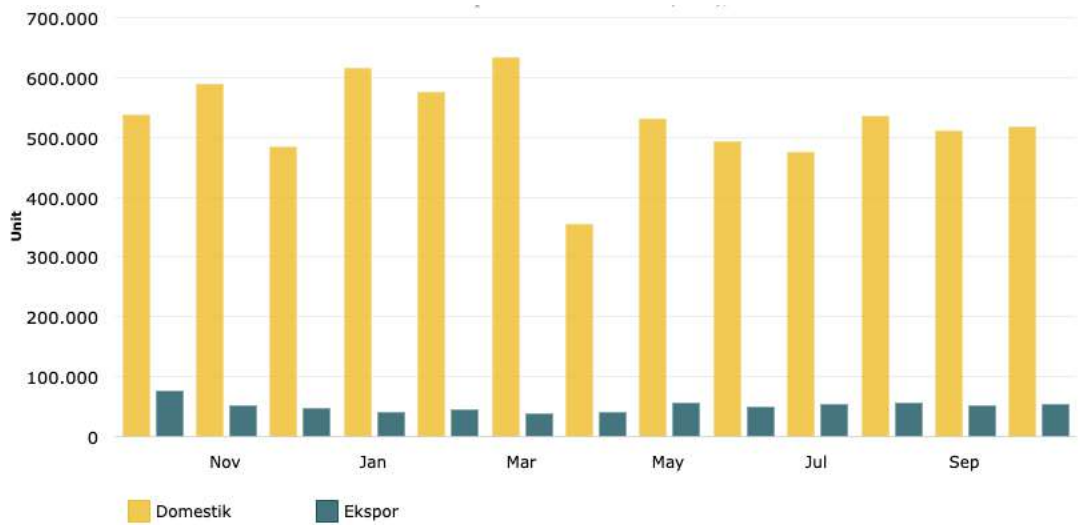
Saat ini usaha *showroom* Motor merupakan usaha yang sangat berpeluang di Indonesia



Gambar 1.3 Negara dengan Penggunaan Sepeda Motor Tertinggi

Sumber: Indonesiabaik.id (2023)

Berdasarkan Gambar 1.3 Indonesia merupakan negara ketiga dengan penggunaan sepeda motor tertinggi yakni dengan persentase sebesar 85%. Yang artinya cukup banyak masyarakat Indonesia yang menggunakan sepeda motor sebagai transportasi mereka sehari-hari.



katadata.co.id

databoks

Gambar 1.4 Penjualan Motor di Indonesia Oktober 2022 – Oktober 2023

Sumber: Databoks (2023)

Pada Gambar 1.4 juga menunjukkan penjualan sepeda motor di Indonesia terutama domestik mencapai angka-angka yang dapat dikatakan tinggi mencapai ratusan ribu unit. Menunjukkan tingkat penggunaan sepeda motor di Indonesia sangat tinggi.

Jenis Kendaraan	Kota Bandung I Pajajaran	Kota Bandung II Kawalayaan	Kota Bandung III Soekarno Hatta	Total Kendaraan Bermotor
Sedan, Jeep, Minibus				
Pribadi	114 461	129 094	115 886	359 441
Dinas	503	3 393	2 517	6 413
Umum	1 078	2 517	1 174	4 769
Bus, Microbus				
Pribadi	757	1 019	384	2 160
Dinas	68	359	21	448
Umum	1 008	1 273	968	3 249
Truck, Pick up				
Pribadi	25 457	19 015	15 933	60 405
Dinas	97	1 386	845	2 328
Umum	2 603	845	1 047	4 495
Alat Berat				
Pribadi	0	3	0	3
Dinas	0	4	0	4
Umum	0	0	0	0
Sepeda Motor, Scooter				
Pribadi	414 343	378 330	324 106	1 116 779
Dinas	672	10 052	576	11 300
Umum	0	1	0	1
Total				
Pribadi	555 018	527 461	456 309	1 538 788
Dinas	1 340	15 194	3 959	20 493
Umum	4 689	4 636	3 189	12 514
Jumlah KBM	561 047	547 291	463 457	1 571 795

Gambar 1.5 Potensi Kendaraan Bermotor Per Jenis di Kota Bandung, 2020

Sumber: Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat (2020)

Diperkecil lagi ke lokasi Artomoto Motor berada yaitu Bandung, berdasarkan Gambar 1.5 tingkat pada bagian sepeda motor dan scooter tingkat kepemilikan atau penggunaan sepeda motor mencapai 1.116.779 unit untuk kepemilikan pribadi dan 11.300 unit untuk kepemilikan dinas, yang mana industri jual beli sepeda motor ini sangat berpotensi di Bandung.

VIAR SSU BANDUNG, PT Surya Sahabat Utama
IB GROUP
ARTOMORO MOTOR

Gambar 1.6 Dealer Resmi Viar di Kota Bandung

Sumber: Artomoro Motor (2023)

NO	NAMA SHOWROOM	NO	NAMA SHOWROOM
1	NAYAGA MOTOR	22	KANZA MOTOR
2	LESMANA MOTOR	23	WANS MOTOR
3	PUTRA RAJAWALI MOTOR	24	SUGIH MOTOR
4	TURANGGA RAYA MOTOR	25	MDS MOTOR
5	GT MOTOR	26	RAINA JAYA MOTOR
6	CARLA MOTOR	27	TOKYO MOTOR
7	DYA MOTOR	28	OGAH MOTOR
8	NIKO MOTOR	29	KOLMAS 49
9	INDRAS MOTOR	30	MUKTI RAUDAHUH MOTOR
10	BINTANG RAYA MOTOR	31	CIBEREUM MOTOR
11	INDONESIA RAYA MOTOR	32	MIELIEHAN MOTOR
12	A. NUGRAH MOTOR	33	TRITUNGGAL MOTOR
13	RR MOTOR	34	GM MOTOR
14	RAYON MOTOR	35	SYABIL MOTOR
15	KIARA MOTOR	36	CALISTA MOTOR
16	CIPTA ABADI MOTOR	37	FREDY MOTOR
17	PATUHA 43 MOTOR	38	BUDHI PUTRA MOTOR
18	R27 MOTOR	39	RG MOTOR
19	Yasin Motor (9 showroom)	40	BINA SEHAT MOTOR
20	CENDANA MOTOR	41	SHANAYA MOTOR

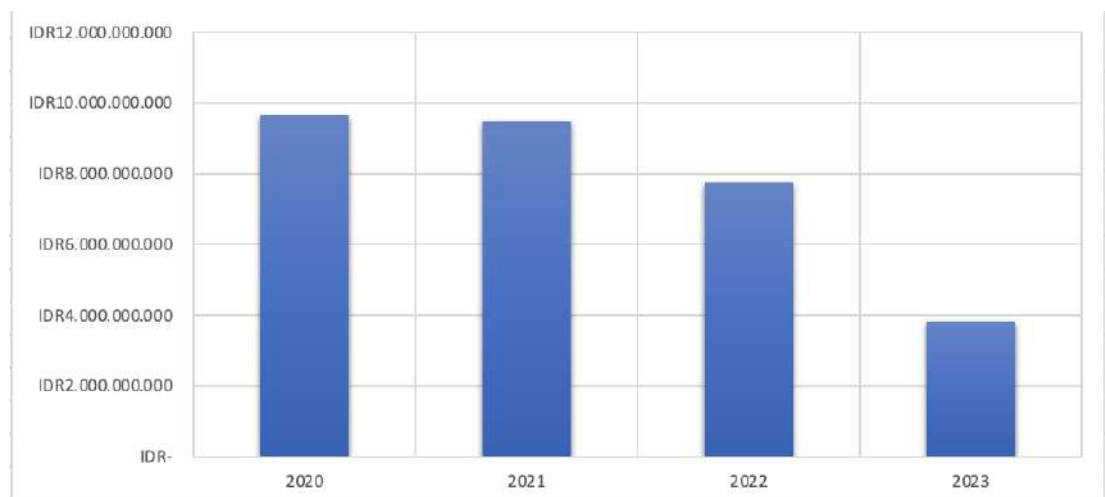
Gambar 1.7 List Showroom Motor Indirect di Bandung Per Juni 2021

Sumber: (San San Sanz, 2021)

Jumlah showroom motor di kota Bandung sendiri dapat dikatakan cukup banyak, seperti pada Gambar 1.6 terdapat 3 dealer resmi Viar di Kota Bandung

dan pada Gambar 1.7 terdata pada bulan Juni tahun 2021 jumlah *showroom* motor yang diketahui yakni sebanyak 41 *showroom* motor.

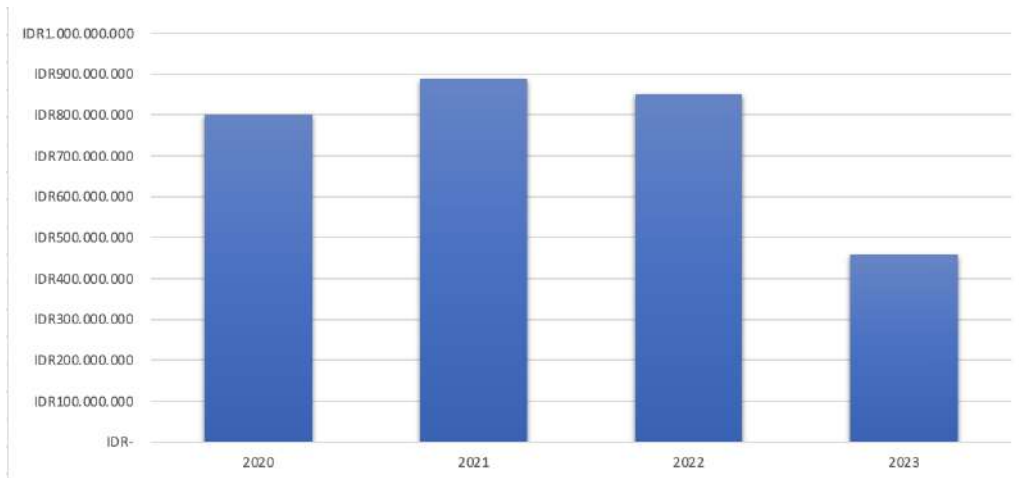
Artomoro Motor dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan perusahaan yang bergerak di bidang otomotif yaitu *showroom* motor yang menjual motor bekas dan motor baru, usaha *showroom* motor ini memiliki peluang yang baik di Kota Bandung dan di Indonesia. Meskipun usaha *showroom* motor ini sangat berpeluang, usaha *showroom* motor ini harus dapat bersaing dan menjadi perusahaan yang berkembang. Untuk penelitian beberapa aspek dan kondisi internal Artomoro Motor perlu diketahui juga.



Gambar 1.8 Pendapatan Motor Artomoro Motor Tahun 2020 – 2023

Sumber: Data Keuangan Artomoro Motor

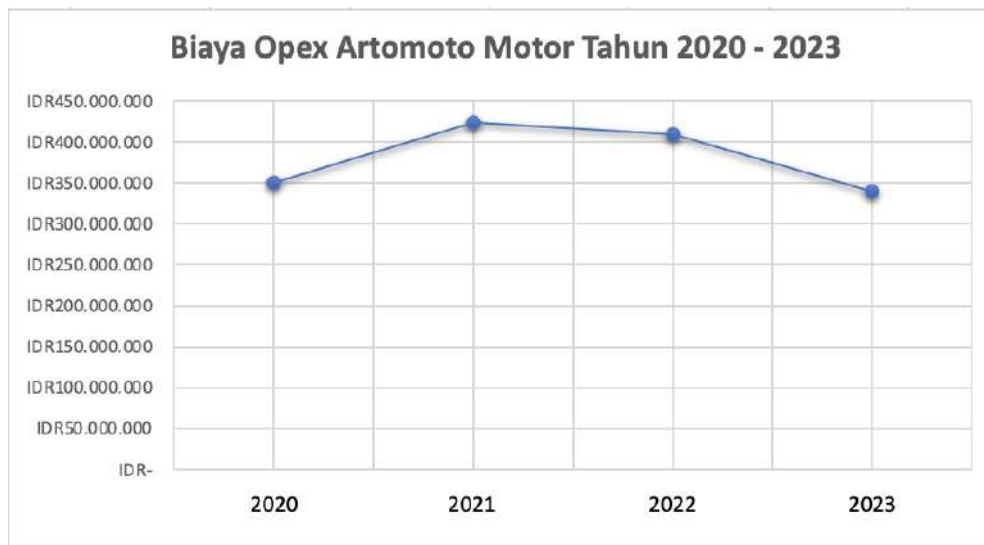
Namun berdasarkan Gambar 1.8 Pendapatan Artomoro Motor dari tahun 2020 sampai dengan tahun 2023 mengalami penurunan pendapatan pada tahun 2020 yakni Rp.9.655.460.000,-, pada tahun 2021 pendapatan sebesar Rp.9.468.140.000,-, pada tahun 2022 sebesar Rp. 7.765.045.000,- dan yang penurunan yang paling signifikan yaitu pada tahun 2023 dengan total pendapatan Rp. 3.839.150.000,-. Pada tahun 2023 penurunan terjadi dikarenakan pemasaran yang kurang maksimal dari SDM Artomoro Motor.



Gambar 1.9 Profit Artomoro Motor Tahun 2020 – 2023

Sumber: Data Keuangan Artomoro Motor

Gambar 1.9 menunjukkan profit atau keuntungan yang diperoleh Artomoro Motor dari tahun 2020 sampai dengan tahun 2023, sama seperti pendapatannya masalah penurunan terbesar terjadi pada tahun 2023. Pada tahun 2020 perolehan profit sebesar Rp. 801.016.100,- dengan rata-rata profit Rp. Rp. 66.751.342,- rupiah per bulannya, pada tahun 2021 yakni sebesar Rp. 889.403.000,- dengan rata-rata profit Rp. 74.116.917,- rupiah per bulannya, tahun 2022 dengan total profit Rp. 852.156.600,- dengan rata-rata profit Rp. 71.013.050,- rupiah per bulannya meskipun pendapatan yang diperoleh pada tahun 2022 menurun namun menurut pernyataan CEO Artomoro Motor mendapatkan stock motor bekas dengan harga yang murah pada tahun 2022. dan penurunan yang cukup besar pada tahun 2023 dengan profit sebesar Rp. 459.068.900,- dengan rata-rata profit Rp. Rp. 38.255.741,- rupiah per bulannya. Pendapatan yang menurun karena kurangnya pemasaran dan penjualan mempegaruhi profit yang menurun pada tahun 2023.



Gambar 1.10 Biaya Opex Artomoro Motor Tahun 2020 – 2023

Sumber: Data Biaya Opex Artomoro Motor

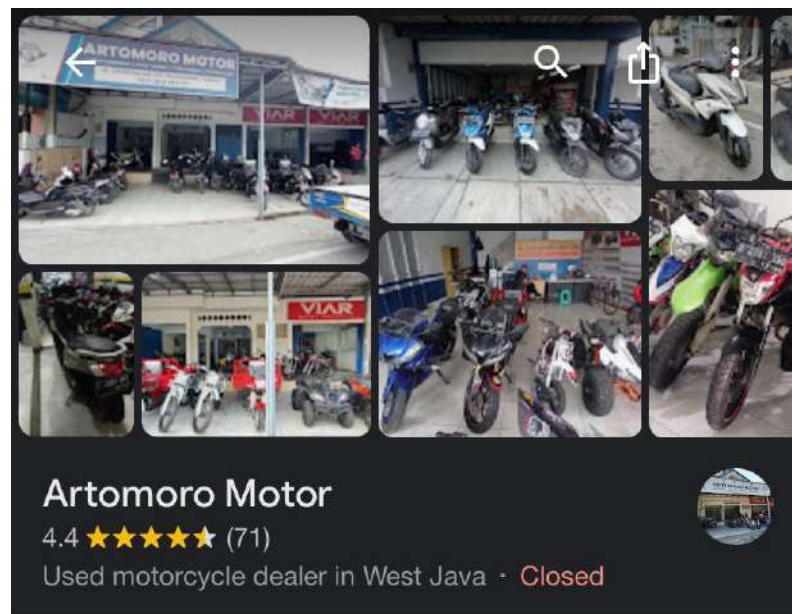
Seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1.10 penggunaan biaya opex per tahun pada Artomoro Motor dapat dikatakan cukup tinggi. Biaya OPEX atau biaya operasional ini mencakup biaya gaji karyawan, biaya pemasaran, biaya perawatan alat dan peralatan mekanik, biaya logistik dan *supply*, biaya listrik dan telepon, biaya penyusutan dan biaya darurat. Data mengenai biaya opex ini bersumber dari bagian *Admin & Finance* Artomoro Motor dan telah disetujui oleh *Manager Operasional* dari Artomoro Motor. Pada tahun 2020 yaitu sebesar Rp. 349.750.000,- dengan rata-rata biaya OPEX sebesar Rp. 29.145.400,- setiap bulannya pada tahun 2020 Artomoro tidak mengeluarkan biaya OPEX sebesar tahun 2021 dan 2022 karena pandemi sehingga Artomoro tidak terlalu membutuhkan biaya yang banyak untuk keperluan dan operasional di *showroom*, tahun 2021 sebesar Rp. 424.051.484,- dengan rata-rata biaya OPEX sebesar Rp.35.337.600,- setiap bulannya, tahun 2022 sebesar Rp. 409.308.908,- dengan rata-rata biaya OPEX sebesar Rp. 34.109.075,- setiap bulannya, dan tahun 2023 sebesar Rp.340.276.532,- dengan rata-rata biaya OPEX Rp. 28.356.378,- setiap bulannya, meskipun di tahun 2023 biaya opex sudah dikurangi namun dikarenakan profitnya yang juga berkurang membuat pertumbuhan finansial pada Artomoro Motor tidak meningkat.



Gambar 1.11 Jumlah Konsumen yang Melakukan Keputusan Pembelian di Artomoro Motor Tahun 2020 – 2023

Sumber: Data Penjualan Unit Artomoro Motor

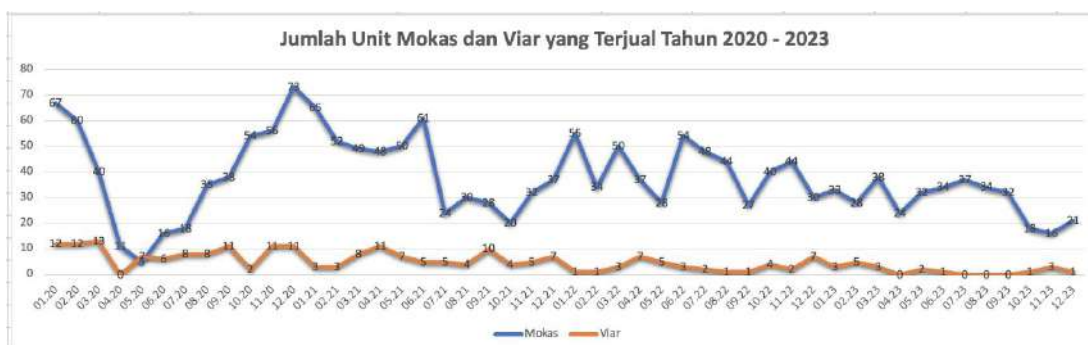
Gambar 1.11 merupakan jumlah kunjungan atau jumlah konsumen yang melakukan keputusan pembelian di Artomoro Motor dari tahun 2020 sampai dengan tahun 2023, dengan jumlah kunjungan pada tahun 2020 sebanyak 473 konsumen, 2021 mengalami kenaikan menjadi 496 konsumen, 2022 sebanyak 491 konsumen, namun penurunan pada tahun 2023 sebanyak 347 konsumen, karena kurangnya pemasaran konsumen yang datang dari ajakan *sales* pun berkurang, sehingga jumlah konsumen di tahun 2023 lebih sedikit daripada tahun-tahun sebelumnya.



Gambar 1.12 Rating yang Diberikan oleh Konsumen untuk Artomoro Motor pada Google

Sumber: Google

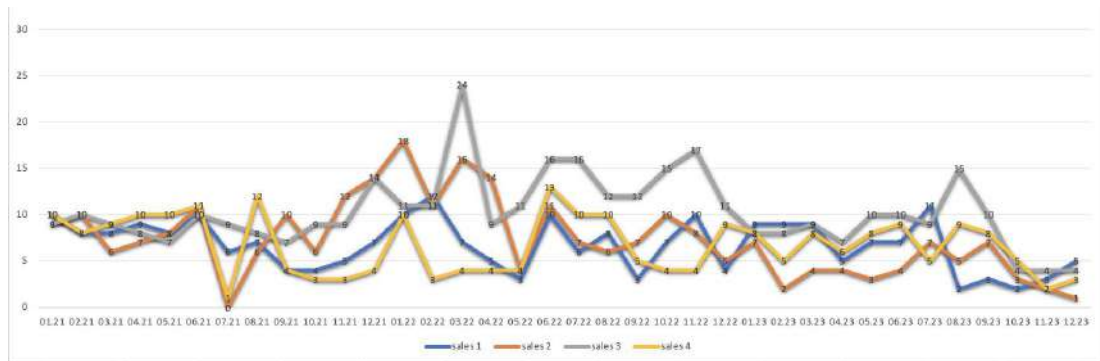
Meskipun mengalami penurunan pada segi finansial, terdapat banyak pelanggan yang sudah melakukan transaksi dan puas dengan Artomoro Motor. Gambar 1.12 merupakan rating yang diberikan konsumen untuk Artomoro Motor pada *google* yakni dengan total 4,4 bintang dari 5 yang mana dapat dikategorikan sangat baik. Rating konsumen ini merupakan hal yang harus dipertahankan oleh Artomoro Motor.



Gambar 1.13 Jumlah Unit Motor dan Viar yang Terjual Tahun 2020 – 2023

Sumber: Data Penjualan Unit Artomoro Motor

Hal yang harus diperhatikan untuk kemajuan dari usaha showroom motor sendiri merupakan penjualan unitnya. Gambar 1.13 menunjukkan jumlah unit motor bekas dan viar yang terjual pada Artomoro Motor dari tahun 2020 sampai dengan tahun 2023, dengan total unit motor terjual sebanyak 1.994. Unit motor yang terjual dapat dikarenakan promosi yang berhasil dari divisi *Sales Marketing*, konsumen yang langsung datang ke *showroom* maupun konsumen yang datang dan membeli pada acara *event bazaar* atau motor. Pada Gambar 1.13 dapat terlihat penurunan terjadi pada tahun 2023 dengan penjualan tertinggi untuk penjualan motor selain viar hanya berjumlah 38 unit dan penjualan unit viar paling banyak di 5 unit. Hal ini terjadi karena pemasaran oleh *sales marketing* kurang maksimal dan Artomoro Motor tidak sering berpartisipasi dalam *bazaar* dan *event* di tahun 2023.



Gambar 1.14 Jumlah Unit Terjual oleh Per Individu Divisi Sales Marketing tahun 2020 – 2023

Sumber: Data Penjualan Unit Artomoro Motor

Gambar 1.14 ini menunjukkan unit yang terjual oleh masing-masing divisi sales marketing Artomoro Motor yang berjumlah 4 orang.

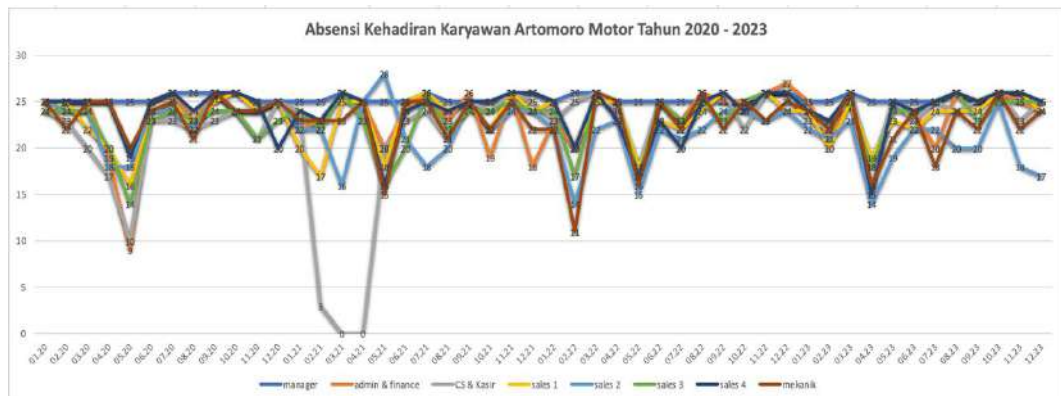
SLA BAGIAN MEKANIK ARTOMORO MOTOR		
No.	Jenis Kegiatan	SLA / Waktu Penyelesaian
1	Ganti ban depan	20 menit
2	Ganti bering kanan dan kiri	15 menit
3	Ganti kampas rem	15 menit
4	Ganti lampu dengan lampu senja	15 menit
5	Ganti komstir depan	30 menit
6	Ganti hendel rem kanan kiri	15 menit
7	As shock kanan dan kiri	45 menit
8	Bongkar dan pasang ban belakang	45 menit
9	Bongkar dan pasang mesin motor	90 menit
10	Membersihkan bagian sevit	40 menit

Gambar 1.15 SLA Bagian Mekanik Artomoto Motor

Sumber: Wawancara Bagian Mekanik Artomoro Motor

Selain penjualan aspek internal lain seperti SLA (*Service Level Agreement*) atau sebuah parameter dan kriteria layanan yang harus dipenuhi oleh penyedia layanan dan diharapkan oleh pelanggan, faktor yang dapat digunakan dalam penelitian mengenai bisnis dalam *Service Level Agreement* (SLA) ini antara lain adalah waktu respon atau waktu yang diharapkan bagi penyedia layanan untuk merespons

permintaan atau keluhan pelanggan juga kegiatan lainnya yang berhubungan dengan *jobdesc* atau waktu penyelesaian suatu pekerjaan (Suhada & Hendrayanti, 2019). Gambar 1.15 menunjukkan SLA atau waktu penyelesaian bagian mekanik dalam menyelesaikan tugasnya. SLA ini perlu dipertahankan oleh bagian mekanik Artomoro Motor.



Gambar 1.16 Absensi Kehadiran Karyawan Artomoro Motor Tahun 2020-2023

Sumber: Data Absensi Kehadiran Artomoro Motor

Aspek internal lain yang harus ambar diatas menunjukkan absensi dan kehadiran dari karyawan Artomoro Motor selama 4 tahun kebelakang. Gambar 1.16 menunjukkan absensi dari masing-masing karyawan Artomoro Motor dengan hari produktif kerja yang berlaku pada Artomoro motor yaitu mulai dari hari senin sampai dengan hari sabtu.

Berdasarkan data internal yang ada, pada tahun 2023 Artomoro motor mengalami penurunan pendapatan, profit, penjualan dan penggunaan keuangan perusahaan. Kondisi di tahun 2023 ini dapat dikatakan kurang baik untuk perusahaan, hal ini dikarenakan menurunnya kinerja dan pemasaran, platform digital selain *whatsapp* dari Artomoro Motor pun selama tahun 2023 tidak dikelola dengan baik. Pengukuran kinerja juga belum diterapkan secara maksimal di Artomoro Motor, dan belum adanya target lain selain penjualan. Oleh karena itu, peneliti ingin melakukan penelitian yang berfokus pada pengukuran kinerja SDM

pada Artomoro Motor. Manajemen strategik sebagai alat untuk penilaian atau pengukuran kinerja perusahaan yang dilakukan sebulan sekali agar dapat meningkatkan peningkatan kinerja berkelanjutan yang cepat (Zalva Maurilla & Arif Kuswanto, 2023).

Penulis menyarankan pengukuran kinerja ini dilakukan dengan menggunakan BSC (*The Balaced Scorecard*) yang merupakan seperangkat alat ukur yang membantu manajer dalam menentukan puncak pandangan bisnis yang cepat namun komprehensif, termasuk ukuran finansial yang memberikan hasil dari tindakan yang telah dilakukan, melengkapi ukuran finansial dengan ukuran operasional terhadap kepuasan pelanggan, proses bisnis internal, dan kegiatan inovasi dan perbaikan operasional yang merupakan pendorong kinerja keuangan masa depan (Beby Oktania Putri Kusnadi, 2021).

The Balanced Scorecard dan KPI (*Key Performance Indicators*) dengan perhitungan bobot menggunakan AHP (*Analytical Hierarchy Process*) dapat menjadi solusi untuk masalah membantu memberikan gambaran mengenai *performance* atau kinerja karyawan dan target baru apa saja yang muncul dalam perusahaan (Zalva Maurilla & Arif Kuswanto, 2023)

1.3 Rumusan Masalah

Dari apa yang dijelaskan pada latar belakang, dapat disimpulkan perumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan *Balanced Scorecard* pada Artomoro Motor?
2. Berapakah hasil pembobotan KPI (*Key Performance Indicator*) pada masing-masing bagian di Artomoro Motor dengan perhitungan menggunakan metode AHP?
3. Bagaimana desain atau gambaran penerapan *The Balanced Scorecard*, *Key Performance Indicator* pada Artomoro Motor?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui penerapan *Balanced Scorecard* pada Artomoro Motor.

2. Untuk mengetahui berapa hasil pembobotan KPI (*Key Performance Indicator*) pada masing-masing bagian di Artomoro Motor dengan perhitungan menggunakan metode AHP.

3. Untuk mengetahui desain atau gambaran penerapan *The Balanced Scorecard*, *Key Performance Indicator* pada Artomoro Motor.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat, diantaranya:

1. Bagi Penulis

Manfaat bagi penulis sendiri diharapkan penulis dapat menambah wawasan serta ilmu baru terkait *operation*, pengukuran kinerja, manajemen kinerja, metode *The Balanced Scorecard* dan *Key Performance Indicators* dan pengaruh dari penerapannya di Artomoro Motor.

2. Bagi Perusahaan

Manfaat bagi dari hasil penelitian ini bagi perusahaan diharapkan penelitian ini dapat diimplementasikan secara nyata di Artomoro Motor dan dapat membantu peningkatan kinerja dan pencapaian target perusahaan dengan bantuan *Key Performance Indicators*.

3. Bagi Pihak Lain

Bagi pihak lain diharapkan penelitian ini dapat membantu dalam penambahan wawasan mengenai penerapan *The Balanced Scorecard* untuk pengukuran dan peningkatan kinerja di perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan penelitian ini terdiri dari 5 BAB yang mana setiap BAB memiliki pembahasannya masing-masing, berikut penulis lampirkan sistematika penulisan dari penelitian ini :

1. BAB I Pendahuluan

BAB ini menjelaskan mengenai gambaran umum yang berisikan hal-hal mengenai objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan, juga waktu dan periode penelitian.

2. BAB 2 Landasan Teori

BAB ini menjelaskan mengenai pengertian dari Kinerja, Pengukuran Kinerja, Manajemen Sumber Daya Manusia, *The Balanced Scorecard*, *Key Performance Indicators*, *Analytical Hierarchy Process*, *Leading and Lagging*. Dan terdapat referensi Jurnal Nasional, Jurnal Internasional, dan Penelitian Terdahulu.

3. BAB 3 Metode Penelitian

BAB ini menjelaskan mengenai jenis penelitian apa yang dilakukan oleh peneliti dan juga sistematika penulisan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

4. BAB 4 Hasil dan Pembahasan

BAB ini membahas mengenai hasil dan pembahasan dari penelitian yang dilakukan peneliti mengenai penerapan *The Balanced Scorecard* dan *Key Performance Indicators* dengan perhitungan menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* pada Objek.

5. BAB 5 Kesimpulan dan Saran

BAB ini membahas mengenai kesimpulan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti dan saran yang diberikan untuk perusahaan, pembaca, dan peneliti selanjutnya.

1.7 Waktu dan Periode Penelitian

Penulis melakukan penelitian ini pada bulan september tahun 2023 sampai dengan bulan desember tahun 2023 dengan objek yang diteliti yaitu Artomoro Motor