



Analisis Pengukuran Kepuasan Pelanggan Pt Indofood Dengan Menggunakan Balanced Scorecard (Bsc) Berdasarkan Perspektif Pelanggan

Felicia Eve Laurens

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Abstract

Received: 4 Maret 2023
Revised: 10 Maret 2023
Accepted: 21 Maret 2023

An organization which operates a business, needs to implement strategies to be able to achieve the company goals, and to create an organization that is in accordance to the developing generation, directed, long-living, and efficient. For this reason, companies need to have good human resources to be able to manage, and create good company progress. To find out if the human resource is reliable, the company must take measurements. One of the measurements that can be used is the Balanced Scorecard (BSC) measurement method. The Balanced Scorecard is a method of measuring through four perspectives, namely through a financial perspective, a customer perspective, an internal business perspective, and a learning and growth perspective. In this article, it will be focusing through the customer perspective, the aim is to find out the customer's view of the company in detail, so that the company can improve the existing quality, and innovate to meet consumer needs. Thus, companies can continue to adapt their products to the current world developments, improving and having a competitive edge with similar companies.

Keywords: *Balanced Scorecard, Company Strategy, Customer Perspective*

(*) Corresponding Author: Velicia2@gmail.com

How to Cite: Laurens, F. (2023). Analisis Pengukuran Kepuasan Pelanggan PT. Indofood Dengan Menggunakan Balanced Scorecard (Bsc) Berdasarkan Perspektif Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(8), 175-186. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7885184>

PENDAHULUAN

Perusahaan dalam menjalankan bisnisnya, pasti memiliki tujuan yaitu untuk mencapai keuntungan maksimal dan memiliki umur perusahaan yang Panjang. Untuk menciptakan hal tersebut, perusahaan setiap periode perlu melakukan evaluasi untuk dapat memperbaiki kinerja perusahaan dan untuk memonitor apakah perusahaan sudah sesuai dengan tujuan, atau apakah perusahaan menyimpang dari tujuan yang ada. Oleh karena itu, perusahaan setiap periodenya, perlu melakukan evaluasi melalui pengukuran kinerja perusahaan. Banyak hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk melakukan kinerja perusahaan. Salah satunya yaitu dengan melalui pengukuran menggunakan balanced scorecard. Perusahaan dalam melakukan pengukuran melalui balanced scorecard, melakukan pengukuran berdasarkan perspektif keuangan, perspektif pelanggan, perspektif bisnis internal, dan melalui perspektif pembelajaran dan pertumbuhan. Dengan melakukan pengukuran melalui perspektif ini, perusahaan dapat meningkatkan performa perusahaan, bahkan dapat meningkatkan persaingan di dalam suatu pasar.

Dalam penelitian menggunakan Balanced scorecard, perspektif keuangan merupakan hal yang utama, karena perusahaan pastinya akan mengukur performa perusahaan melalui keuntungan yang dimiliki perusahaan setiap periodenya. Namun, berdasarkan perspektif keuangan tidaklah cukup, perspektif tersebut



harus didukung oleh perspektif lainnya, yaitu dengan perspektif pelanggan, bisnis internal, dan perspektif pembelajaran dan pertumbuhan. Penelitian ini menggunakan Balanced Scorecard melalui perspektif pelanggan untuk mengukur kepuasan pelanggan, jumlah pelanggan, serta mengevaluasi kinerja perusahaan melalui kritik dan saran dari pelanggan. Dengan demikian, perusahaan dapat memperbaiki kinerja perusahaan, serta meningkatkan kualitas yang ada pada perusahaan saat ini, sehingga perusahaan dapat mempertahankan pelanggan yang ada, bahkan dapat menambah jumlah pelanggan.

PT. Indofood yang merupakan perusahaan manufaktur besar yang terkenal dalam bidang makanan, bahan olahan, bumbu, minuman, dan lain sebagainya. PT Indofood memiliki tenaga kerja yang berkualitas dan memiliki kompetensi tenaga kerja yang baik, hal tersebut menjadikan perusahaan Indofood menjadi perusahaan yang memiliki kompetisi yang tinggi dengan perusahaan sejenis lainnya. Kompetisi yang tinggi bagi perusahaan Indofood menjadikan perusahaan harus memiliki kinerja perusahaan yang baik dan terarah, apakah perusahaan sudah berjalan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan, atau bahkan menyimpang dari tujuan yang ada. Untuk itu, perusahaan membutuhkan pengukuran kinerja perusahaan dengan menggunakan balanced scorecard, sehingga perusahaan mampu bersaing dan tetap memiliki umur yang Panjang, karena perusahaan terus memperbaiki kinerja yang ada. Dalam memperbaiki kinerja yang ada, perusahaan harus mengetahui apa saja yang dibutuhkan pelanggan agar perusahaan mampu memenuhi kebutuhannya. Untuk itu, perusahaan harus melakukan perspektif pelanggan dengan balanced scorecard. Hal tersebut dilakukan, agar PT. Indofood dapat mengetahui pandangan pelanggan mengenai perusahaan dan apa saja yang harus diperbaiki dalam kualitas produk atau kinerja perusahaan. Dengan demikian, balanced scorecard dalam perspektif pelanggan menjadi pengukuran kinerja yang strategis untuk dapat mengetahui pandangan pelanggan mengenai perusahaan.

METODE

Metode penelitian terbagi menjadi 2, yaitu metode penelitian kuantitatif dan metode penelitian kualitatif. Menurut I Made Winartha (2006:155), analisis deskriptif kualitatif adalah menganalisis, menggambarkan, dan meringkas berbagai kondisi, situasi dari berbagai data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara atau pengamatan mengenai masalah yang diteliti yang terjadi di lapangan. Sedangkan Menurut Arikunto, tahun 2006, Metode penelitian deskriptif kuantitatif adalah suatu metode yang bertujuan untuk membuat gambar atau deskriptif tentang suatu keadaan secara objektif yang menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan dan hasilnya.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif yaitu penelitian ini dilakukan dengan melalui perhitungan (angka) dan kemudian hasilnya akan dibuat menjadi sebuah kesimpulan.

Sumber data merupakan sumber data informasi yang dikumpulkan untuk menjadi dasar kesimpulan dari sebuah penelitian. Sumber data terbagi menjadi 2 yaitu data sekunder dan data primer. Sumber data primer yaitu sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber yang di wawancara.

Penelitian dengan menggunakan sumber data primer membutuhkan pengumpulan data dengan menjawab pertanyaan yang disediakan (survei), atau penelitian benda (observasi). Sedangkan, sumber data sekunder, yaitu sumber data yang diperoleh melalui media perantara/ secara tidak langsung, seperti buku, catatan, bukti yang telah ada, arsip yang dipublikasikan, maupun yang tidak dipublikasikan. Dengan demikian, peneliti membutuhkan untuk berkunjung ke perpustakaan atau tempat yang menyimpan berbagai macam arsip. Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan bersifat primer, yaitu data yang penulis dapat, berdasarkan kegiatan dari menjawab pertanyaan yang disediakan (survei) oleh peneliti terkait dengan persepsi pelanggan terhadap kepuasan layanan atas produknya.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Komunikasi. Teknik tersebut dilakukan peneliti dengan mengirimkan kuesioner kepada pelanggan, sehingga pelanggan dapat menjawab pertanyaan yang ada untuk dapat memenuhi kebutuhan data tersebut.

Teknik Analisis Data

1) Uji Validitas

Uji Validitas digunakan pada setiap kuesioner atau angket suatu penelitian, untuk mengetahui setiap kevalidan atau kesesuaian angket yang digunakan peneliti untuk memperoleh data dari responden. Pengujian validitas penelitian ini, dilakukan dengan menggunakan uji validitas product moment pearson, dengan tujuan untuk menguji setiap pertanyaan yang diberikan responden, apakah pertanyaan tersebut benar-benar dapat menyatakan penelitian yang diukur atau tidak. Uji validitas product moment person, dilakukan dengan menggunakan SPSS Statistic 25.

Menurut (Sahid Raharjo; 2014) dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas product moment dengan SPSS, dapat dilakukan melalui beberapa cara, yaitu:

- a. Membandingkan Nilai r hitung dengan Nilai r tabel
 - (1) Jika nilai r hitung $>$ r tabel, maka item soal angket tersebut dinyatakan valid.
 - (2) Jika nilai r hitung $<$ r tabel, maka item soal angket tersebut dinyatakan tidak valid.
- b. Membandingkan Nilai Sig. (2-tailed) dengan probabilitas 0.05
 - (1) Jika nilai Sig. (2-tailed) $<$ 0.05 dan pearson correlation bernilai positif, maka item soal angket tersebut valid.
 - (2) Jika nilai Sig. (2-tailed) $<$ 0.05 dan pearson correlation bernilai negatif, maka item soal angket tersebut tidak valid.
 - (3) Jika nilai Sig. (2-tailed) $>$ 0.05, maka item soal angket tersebut tidak valid.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi kuesioner, atau mengukur banyaknya kesamaan yang bisa diulangi pada situasi yang sama. Menurut Sugiarto dan Situnjuk (2006), uji reliabilitas (*reliability*) adalah pengujian yang menunjukkan apakah suatu instrumen yang digunakan untuk memperoleh informasi dapat dipercaya untuk mengungkap informasi di lapangan sebagai alat pengumpulan data. Pengujian reliabilitas pada penelitian ini menggunakan uji reliabilitas

Alpha Cronbach's. Dalam buku (V Wiratna Sujarweni. 2014. SPSS untuk Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Baru Press. Hal-193) menjelaskan bahwa uji reliabilitas dapat dilakukan secara Bersama-sama terhadap seluruh butir atau item pertanyaan dalam angket (Kuesioner) penelitian.

Menurut (Sahid Raharjo; 2014) dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai Cronbach's Alpha > 0.60, maka kuesioner atau angket dinyatakan reliabel atau konsisten.
- b. Sementara, jika nilai Cronbach's Alpha < 0.60, maka kuesioner atau angket dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan perspektif pelanggan, Peneliti untuk menciptakan hasil penelitian yang efektif dan akurat, maka peneliti melakukan survei dengan membuat kuesioner yang berisikan beberapa pertanyaan. Hal tersebut dilakukan agar peneliti dapat mengetahui customer retention. Customer acquisition, dan customer satisfaction pada PT. Indofood, tahun 2022-2023. Untuk melakukan pengukuran kinerja perusahaan berdasarkan perspektif pelanggan, dengan balanced scorecard, maka peneliti menentukan skor berdasarkan hasil pengukuran kinerja, sebagai berikut:

Tabel 1. Penentuan Score Berdasarkan Range Hasil Pengukuran Kinerja

Range Kerja	Rate	Penilaian Kinerja	Score
<0-25%	D	Tidak Baik	1
26-50%	C	Kurang Baik	2
51-75%	B	Baik	3
>76%	A	Sangat Baik	4

Hasil Kuesioner

Tabel 2. Hasil Survei Kuesioner Berdasarkan 33 Responden Pelanggan PT. Indofood Tahun 2022

Keterangan	Bobot	Relatif	Peringkat	Skor	Rate
Dalam membeli kebutuhan sehari-hari, anda lebih memilih untuk membeli produk dari PT. Indofood dibandingkan dengan produk merek lainnya Sebanyak 32 responden menjawab setuju	7.0%	.155	4	.62	A
Anda puas dengan pelayanan PT Indofood? Sebanyak 16 responden menjawab Setuju	8.5%	.077	2	.15	C
Barang yang dijual sebanding dengan harga yang di tawarkan Sebanyak 16 responden	8.5%	.077	2	.15	C

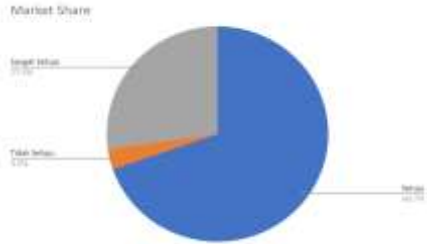
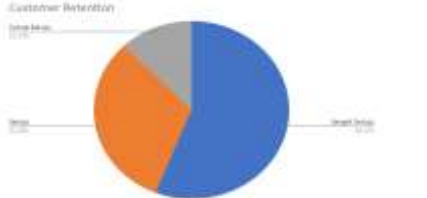
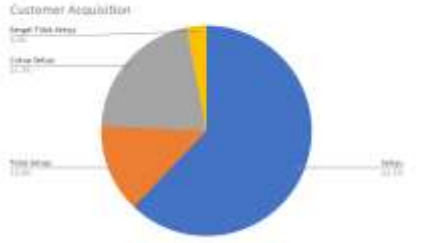
menjawab setuju					
PT. Indofood memberikan kualitas produk yang baik Sebanyak 16 Responden menjawab setuju.	8.5%	.077	3	.15	B
Anda akan merekomendasikan produk PT. Indofood pada teman/keluarga anda. Sebanyak 29 responden menjawab setuju.	7.9%	.140	4	.56	A
PT. Indofood memberikan varian produk yang menarik Sebanyak 29 responden menjawab sangat setuju	7.9%	.140	4	.56	B
PT. Indofood mendominasi dalam bersaing di pasaran sejenisnya Sebanyak 18 responden menjawab sangat setuju	6.3%	.090	3	.27	B
PT. Indofood menjual produk dengan harga terjangkau Sebanyak 18 responden menjawab setuju.	6,3%	.090	3	.27	B
Produk yang dijual PT. Indofood menjamin kesehatan pelanggan. Sebanyak 14 responden menjawab cukup setuju.	2.4%	.068	2	.14	C
Layanan Customer Service PT. Indofood memberikan solusi yang baik bagi pelanggan yang komplain Sebanyak 17 responden menjawab setuju.	3.13%	.085	3	.26	B
Kinerja Perspektif Pelanggan	626.43%	.00	0	.39	

Berdasarkan hasil survei kuesioner kinerja perspektif pelanggan PT. Indofood, tujuan pertanyaan peneliti terhadap pelanggan untuk dapat mengetahui perspektif pelanggan menurut Kaplan dan Norton (2000) pada pengukuran Customer Core Measurement, yaitu pertanyaan untuk mengetahui Market Share (Pangsa Pasar), terdapat pada pertanyaan no 1 dan 7. Untuk mengetahui customer retention perusahaan PT. Indofood tahun 2022, pertanyaan tersebut dilakukan pada no 6 dan 10. Pertanyaan diajukan peneliti untuk dapat mengetahui customer acquisition, pertanyaan tersebut terdapat pada no 5 dan 9. Sedangkan untuk mengetahui customer satisfaction, pertanyaan diajukan oleh peneliti pada no 2 dan 4. Dan untuk mengetahui Customer Profitability, terdapat pada pertanyaan no 3 dan 8. Berdasarkan hasil responden sebanyak 33 respon, maka dapat disimpulkan bahwa kinerja perspektif pelanggan, dengan bobot rata-rata 62.64% mendapatkan rate B, yang itu berarti kinerja perspektif pelanggan sudah baik, namun masih

dapat harus ditingkatkan untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada PT. Indofood.

Berdasarkan Customer Core Measurement, sebagai pengukuran kepuasan Pelanggan menurut Kaplan dan Norton (2000) pada perspektif pelanggan, maka hasil kuesioner dikembangkan peneliti, sebagai berikut:

Tabel 3. Pengembangan Kuesioner

No.	Indikator Perspektif Pelanggan	Diagram	Keterangan
1.	Market Share		<p>Berdasarkan diagram disamping, sebesar 60.7% pelanggan setuju, sedangkan sebesar 3% pelanggan tidak setuju, dan sebesar 27.3% pelanggan sangat setuju dalam membeli kebutuhan sehari-hari dengan produk PT. Indofood, maka dapat disimpulkan bahwa market share pada PT.Indofood memiliki rate B, dengan penilaian kinerja Baik.</p>
	Customer Retention		<p>Diagram disamping menjelaskan bahwa sebesar 12.1% pelanggan cukup setuju, dan sebesar 31.8% setuju, serta sebesar 56.1% pelanggan sangat setuju, berdasarkan hasil yang lebih dominan pada diagram, yaitu sangat setuju dengan nilai sebesar 56.1%, maka dapat disimpulkan bahwa rate untuk customer retention adalah B, dengan penilaian kinerja baik.</p>
	Customer Acquisition		<p>Pada diagram disamping, maka dapat disimpulkan bahwa rate yang dimiliki pada Customer Acquisition PT.indofood adalah B, dengan penilaian kinerja baik, yaitu berdasarkan persentase yang paling mendominasi, sebesar 62.1%. sedangkan persentase cukup setuju yaitu 21.2%, persentase tidak setuju yaitu 13.6%, dan persentase sangat tidak setuju sebesar 3%.</p>

	Customer Satisfaction		<p>Berdasarkan diagram disamping, sebesar 48.5% pelanggan setuju, sedangkan sebesar 28.8% pelanggan cukup setuju, dan sebesar 10.6% pelanggan sangat setuju, sebesar 12.1% pelanggan tidak setuju, sehingga kesimpulannya yaitu berdasarkan persentase yang paling mendominasi, yaitu sebesar 48.5% pelanggan setuju, sehingga rate pada customer satisfaction PT. Indofood adalah C, dengan penilain kinerjanya yaitu kurang baik.</p>
	Customer Profitability		<p>Berdasarkan diagram disamping, sebesar 51.5% pelanggan setuju, sedangkan sebesar 24.2% pelanggan cukup setuju, dan sebesar 19.7% pelanggan sangat setuju, sebesar 4.5% pelanggan tidak setuju. Sehingga, berdasarkan customer profitability PT. indofood, persentase yang mendominasi adalah sebesar 51.5%, maka ratenya adalah B, dengan penilaian kinerjanya baik.</p>

Uji Validitas

		Correlations									
		Kepercayaan Produk	Kepercayaan Pelanggan	Kepercayaan Produk	Kualitas Produk	Kepercayaan Produk	Kepercayaan Produk	Kepercayaan Produk	Kepercayaan Produk	Kepercayaan Produk	Total Score
Kepercayaan Produk	Pearson Correlation	1	.451**	.324	.517**	.803**	.684**	.278	.554**	.593**	.365**
	Sig. (2-tailed)		.008	.066	.002	.000	.000	.117	.001	.000	.037
	N	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33
Kepercayaan Pelanggan	Pearson Correlation	.451**	1	.538**	.777**	.561**	.659**	.580**	.653**	.278	.478**
	Sig. (2-tailed)	.008		.001	.000	.001	.000	.000	.000	.117	.005
	N	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33
Kepercayaan Produk	Pearson Correlation	.324	.538**	1	.311	.404	.474**	-.031	.585**	.543**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.066	.001		.078	.020	.005	.684	.000	.001	.000
	N	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33
Kualitas Produk	Pearson Correlation	.517**	.777**	.311	1	.643**	.644**	.763**	.575**	.138	.261
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.078		.000	.000	.000	.000	.444	.143
	N	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33
Kepercayaan Produk	Pearson Correlation	.803**	.561**	.404	.643**	1	.851**	.346*	.690**	.617**	.454**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.020	.000		.000	.048	.000	.000	.008
	N	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33
Kepercayaan Produk	Pearson Correlation	.684**	.659**	.474**	.644**	.851**	1	.407	.699**	.653**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.005	.000	.000		.019	.000	.000	.001
	N	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33
Kepercayaan Produk	Pearson Correlation	.278	.580**	-.031	.763**	.346*	.407	1	.239	-.318	-.087
	Sig. (2-tailed)	.117	.000	.684	.000	.048	.019		.180	.071	.829
	N	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33
Kepercayaan Produk	Pearson Correlation	.554**	.653**	.585**	.575**	.690**	.699**	.239	1	.508**	.731**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.180		.002	.000
	N	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33
Kepercayaan Produk	Pearson Correlation	.593**	.278	.543**	.138	.617**	.653**	-.318	.508**	1	.600**
	Sig. (2-tailed)	.000	.117	.001	.444	.000	.000	.071	.002		.000
	N	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33
Kepercayaan Produk	Pearson Correlation	.365**	.478**	.856**	.261	.454**	.533**	-.087	.731**	.600**	1
	Sig. (2-tailed)	.037	.005	.000	.143	.008	.001	.829	.000	.000	
	N	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33
Kepercayaan Produk	Pearson Correlation	.651**	.808**	.767**	.688**	.782**	.823**	.335	.854**	.660**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.056	.000	.000	.000
	N	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33

Berikut merupakan hasil pengambilan keputusan Uji validitas product moment berdasarkan nilai Sig. 2 (2-tailed) dengan probabilitas 0,05:

- 1) Berdasarkan nilai probabilitas 0,05. Berdasarkan tabel Skor_Total pada pertanyaan Memilih Produk PT.indofood, diketahui nilai Sig. (2-tailed) adalah sebesar $0.000 > 0.05$, dan pearson correlation bernilai positif, yaitu sebesar 0.651, maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan mengenai Memilih Produk PT. Indofood valid. Sehingga berdasarkan jenis produknya, terbukti balanced scorecard dengan perspektif pelanggan layak, maka perkembangan suatu perusahaan meningkat.
- 2) Berdasarkan hasil kepuasan pelanggan, diketahui nilai Sig. (2-tailed) pada kolom Skor_Total sebesar $0.000 < 0.05$, dan pearson correlation bernilai positif 0.808, maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan mengenai kepuasan pelanggan adalah valid. Sehingga, berdasarkan kepuasan pelanggan, terbukti balanced scorecard dengan perspektif pelanggan layak, maka perkembangan suatu perusahaan meningkat.
- 3) Berdasarkan hasil harga sebanding dengan kualitas, maka diketahui nilai Sig. (2-tailed) pada kolom Skor_Total sebesar $0.000 < 0.05$, dengan pearson correlation bernilai positif 0.767. Maka, dapat disimpulkan bahwa pertanyaan mengenai harga sebanding dengan kualitas adalah valid. Sehingga, berdasarkan kepuasan pelanggan, terbukti balanced scorecard dengan perspektif pelanggan layak, maka perkembangan suatu perusahaan meningkat.
- 4) Berdasarkan hasil Kualitas produk baik, maka diketahui nilai Sig. (2-tailed) pada kolom Skor_Total sebesar $0.000 < 0.05$, dengan pearson correlation bernilai negative 0.688. Maka, dapat disimpulkan bahwa pertanyaan mengenai kualitas produk baik merupakan valid, Sehingga, berdasarkan kualitas produk baik, terbukti balanced scorecard dengan perspektif pelanggan layak, maka perkembangan suatu perusahaan meningkat.
- 5) Berdasarkan hasil pertanyaan “akan merekomendasikan produk”, maka diketahui Sig. (2-tailed) pada kolom Skor_Total sebesar $0.000 < 0.005$, dengan pearson correlation bernilai positif 0.782. Maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan mengenai “merekomendasikan produk” adalah valid. Sehingga berdasarkan hasil pertanyaan “akan merekomendasikan produk”, terbukti balanced scorecard dengan perspektif pelanggan layak, maka perkembangan suatu perusahaan meningkat.
- 6) Berdasarkan hasil pertanyaan mengenai “varian produk menarik”, maka diketahui Sig. (2-tailed) pada kolom Skor_Total sebesar $0.000 < 0.005$, dengan pearson correlation bernilai positif 0.823. Maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan mengenai “varian produk menarik” adalah valid. Sehingga berdasarkan hasil pertanyaan “varian produk menarik”, terbukti balanced scorecard dengan perspektif pelanggan layak, maka perkembangan suatu perusahaan meningkat.

- 7) Berdasarkan hasil pertanyaan “PT.Indofood Mendominasi Pasar”, maka diketahui Sig. (2-tailed) pada kolom Skor_Total sebesar $0.056 < 0.005$, dengan pearson correlation bernilai positif 0.335. Maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan mengenai “PT.Indofood Mendominasi Pasar” adalah valid. Sehingga berdasarkan hasil pertanyaan “mudah menjangkau produk”, terbukti balanced scorecard dengan perspektif pelanggan layak, maka perkembangan suatu perusahaan meningkat.
- 8) Berdasarkan hasil pertanyaan “Menjangkau Kesehatan Pelanggan”, maka diketahui Sig. (2-tailed) pada kolom Skor_Total sebesar $0.000 < 0.005$, dengan pearson correlation bernilai positif 0.660. Maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan mengenai “menjangkau Kesehatan pelanggan” adalah valid. Sehingga berdasarkan hasil pertanyaan “menjangkau Kesehatan pelanggan”, terbukti balanced scorecard dengan perspektif pelanggan layak, maka perkembangan suatu perusahaan meningkat.
- 9) Berdasarkan hasil pertanyaan “harga terjangkau”, maka diketahui Sig. (2-tailed) pada kolom Skor_Total sebesar $0.000 < 0.005$, dengan pearson correlation bernilai positif 0.854. Maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan mengenai “harga terjangkau” adalah valid. Sehingga berdasarkan hasil pertanyaan “harga terjangkau”, terbukti balanced scorecard dengan perspektif pelanggan layak, maka perkembangan suatu perusahaan meningkat.
- 10) Berdasarkan hasil pertanyaan “layanan customer service”, maka diketahui Sig. (2-tailed) pada kolom Skor_Total sebesar $0.000 < 0.005$, dengan pearson correlation bernilai positif 0.778. Maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan mengenai “layanan customer service” adalah valid. Sehingga berdasarkan hasil pertanyaan “layanan customer service”, terbukti balanced scorecard dengan perspektif pelanggan layak, maka perkembangan suatu perusahaan meningkat.

Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%	
ases	C	Valid	33	100.0
	d ^a	Exclude	0	.0
		Total	33	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel atau responden yang dianalisis yaitu sebanyak 33 responden. Serta jumlah yang valid yaitu 100%

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.893	10

Berdasarkan tabel reliability statistic, maka diketahui N of Items sebanyak 10 item berdasarkan nilai Cronbach's Alpha 0.893, maka berdasarkan dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas, dapat disimpulkan bahwa sebanyak 10 item kuesioner untuk variabel kepuasan pelanggan PT. Indofood adalah reliabel atau konsisten.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Memilih_ProdukPT.Indofood	18.85	21.508	.676	.882
Kepuasan_Pelayan	18.42	18.689	.750	.874
HargaSebandingDenganHarga	18.88	20.172	.629	.882
KualitasProdukBai	18.67	19.167	.660	.881
AkanMerekomendasikanProduk	18.79	20.235	.800	.873
MemberikanVariab	19.85	22.008	.856	.882
ProdukMenarik	19.52	23.070	.299	.900
PTIndofoodMendominasiPasar	18.79	18.235	.807	.869
HargaTerjangkau	18.00	19.938	.515	.894
MenjaminKesehatanPelanggan	18.97	20.093	.661	.880
LayananCustomer Service				

Berdasarkan tabel diatas, pada kolom "cronbach's Alpha if Item Deleted" untuk 10 item pertanyaan kuesioner diketahui bahwa ke-10 item pertanyaan lebih dari 0.60, maka dapat disimpulkan bahwa ke-10 item pertanyaan angket reliabel. Sehingga, berdasarkan hipotesis yang ada, terbukti Balanced scorecard dengan perspektif pelanggan layak, maka perkembangan suatu perusahaan akan meningkat.

KESIMPULAN

Untuk mencapai target dan tujuan perusahaan yang lebih baik, maka PT. Indofood berdasarkan hasil survei dapat meningkatkan kepuasan pelayanan kepada pelanggan, melakukan peninjauan Kembali terhadap harga dan produk, agar harga yang diberikan lebih sebanding dengan produk yang di tawarkan. Meningkatkan motivasi pelanggan terhadap suatu produk, agar pelanggan dapat merekomendasikan produk PT. Indofood kepada tema atau keluarga, PT. Indofood dapat melakukan inovasi produk yang menarik, agar pelanggan dapat lebih tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan, serta perusahaan dapat meningkatkan persaingan dengan perusahaan sejenis lainnya. Berdasarkan survei, penulis juga memberikan saran untuk meningkatkan kualitas produk,

agar produk yang dihasilkan dapat menjamin Kesehatan pelanggan, selain itu penulis juga menyarankan untuk perusahaan dapat meningkatkan layanan customer service, sehingga pelanggan yang ada saat ini puas terhadap pelayanan yang diberikan PT. Indofood. Dengan adanya saran penulis terhadap perusahaan PT. Indofood, maka dengan demikian, diiharapkan perusahaan dapat meningkatkan kinerja perusahaan dalam perspektif pelanggan, dengan tujuan untuk meningkatkan perkembangan perusahaan, serta memperpanjang umur perusahaan.

REFERENCES

- Arikunto, S; Yuliana, L.(2008). *Manajemen Pendidikan*. Yogyakarta: Aditya Media
- I Made Wiratha. (2006). *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Andi.
- INDEPENDEN. [ebook] Jakarta: Anthoni Silam. Available at: <https://www.indofood.com/uploads/statement/INDF_Bilingual_December%2031%202020.pdf> [Accessed 16 October 2022].
- Novirani, D. and Arijanto, S., (2013). *ANALISIS PERSPEKTIF PELANGGAN DENGAN SASARAN STRATEGIS PENDEKATAN BALANCED SCORECARD (BSC)*. Bandung: Institut Teknologi Nasional.
- Oliver, A. (2022, January 4). *Memahami balanced scorecard: Arti, Sejarah, Perspektif, Dan Manfaatnya*. Glints Blog. Retrieved October 16, 2022, from <https://glints.com/id/lowongan/balanced-scorecardadalah/#.Y0wukHZBxPZ>
- Raharjo, Sahid. (2014). Cara Melakukan Uji F Simultan dalam Analisis Regresi. SPSS Indonesia. <http://www.spssindonesia.com/2016/08/cara-melakukan-uji-fsimultan-dalam.html>. Diakses pada 21 Januari 2017.
- Riyana, D., (2022). *PENGUKURAN KINERJA PERUSAHAAN PT INDOFOOD DENGAN MENGGUNAKAN BALANCED SCORECARD*. [ebook] UNIVERSITAS PAMULANG. Available at: <<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/SKT/article/view/746>> [Accessed 16 October 2022].
- Silam, A., 2021. *PT INDOFOOD SUKSES MAKMUR TBK DAN ENTITAS ANAKNYA LAPORAN KEUANGAN KONSOLIDASIAN TANGGAL 31 DESEMBER 2021 DAN UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR PADA TANGGAL TERSEBUT BESERTA LAPORAN AUDITOR INDEPENDEN*. [ebook] Jakarta: Indofood. Available at: <https://www.indofood.com/uploads/statement/INDF_bilingual_31_Dec_2021_released.pdf> [Accessed 16 October 2022].
- Silam, A., 2020. *PT INDOFOOD SUKSES MAKMUR TBK DAN ENTITAS ANAKNYA LAPORAN KEUANGAN KONSOLIDASIAN TANGGAL 31 DESEMBER 2020 DAN UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR PADA TANGGAL TERSEBUT BESERTA LAPORAN AUDITOR*
- Situnjuk dan Sugiarto (2006). *Uji reliabilitas BINUS University Quality Management Center* <http://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-re-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Jakarta: Alfabeta.

- V. Wiratna Sujarweni. (2014). *SPSS untuk Penelitian* / V. Wiratna Sujarweni ; editor, Florent (Ed.1 Cet. 1.). Yogyakarta: Pustaka Baru Press. Hal-193
- Zaidan, N. A. (2021, May 6). *Analisis kompetensi Dan Pengukuran Kinerja Pada PT indofood Sukses Makmur Tbk*. Nina Amalia Zaidan. Retrieved October 16, 2022, from https://www.academia.edu/48785006/Analisis_Kompetensi_dan_Pengukuran_Kinerja_pada_PT_Indofood_Sukses_Makmur_Tbk