



**PENENTUAN INDIKATOR KINERJA DIVISI DIGITAL
MARKETING DALAM PENGELOLAAN E-KATALOG
DENGAN METODE *BALANCED SCORECARD* DAN AHP DI
PT SARILING ANEKA ENERGI**

LAPORAN SKRIPSI

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
IKA DEVI MAYANG SARI
41621010004

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**



**PENENTUAN INDIKATOR KINERJA DIVISI DIGITAL
MARKETING DALAM PENGELOLAAN E-KATALOG
DENGAN METODE *BALANCED SCORECARD* DAN AHP DI
PT SARILING ANEKA ENERGI**

LAPORAN SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

IKA DEVI MAYANG SARI

41621010004

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ika Devi Mayang Sari
NIM. : 41621010004
Program Studi : Teknik Industri
Judul Laporan Skripsi : Penentuan Indikator Kinerja Divisi Digital
Marketing dalam Pengelolaan E-Katalog
dengan Metode *Balanced Scorecard* dan AHP di
PT Sariling Aneka Energi

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 8 Juni 2025



Ika Devi Mayang Sari.

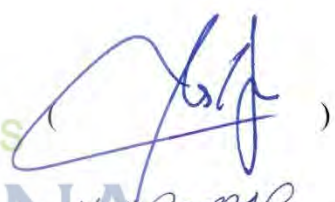
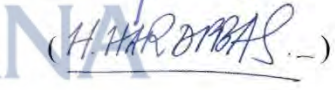
HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Ika Devi Mayang Sari
NIM. : 41621010004
Program Studi : Teknik Industri
Judul Laporan Skripsi : Penentuan Indikator Kinerja Divisi Digital Marketing dalam Pengelolaan E-Katalog dengan Metode *Balanced Scorecard* dan AHP di PT Sariling Aneka Energi

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana/Strata 1 pada Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik/Program Sarjana Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing : Dr. Uly Amrina, S.T., M.M. ()
NIDN : 0304037906
Ketua Penguji : Dr. Humiras Hardi Purba M.T. ()
NIDN : 0322027103
Anggota Penguji : Muhammad Isa Lufti S.T., M.M.T. ()
NIDN : 0308047703

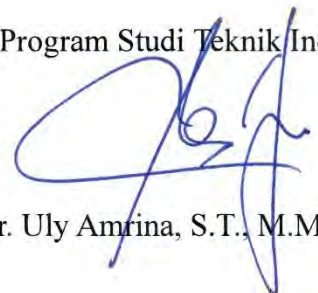
Jakarta, 12 Juni 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Teknik

Ketua Program Studi Teknik Industri


(Dr. Zulfa Fitri Ikatrinasari, M.T.)


(Dr. Uly Amrina, S.T., M.M.)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Laporan Skripsi ini. Penulisan Laporan Skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Mercu Buana. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Laporan Skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M. Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Zulfa Fitri Ikatrinasari, M.T., selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Mercu Buana
3. Ibu Dr. Uly Amrina, S.T. M.M., selaku Ketua Program Studi Teknik Industri sekaligus Dosen Pembimbing saya yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Humiras Hardi Purba M.T. dan Bapak Muhammad Isa Lufti S.T., M.MT. selaku Dosen Penguji Tugas Akhir atas koreksi dan arahan serta masukannya.
5. Kedua orang tua dan keluarga penulis yang sangat berjasa dalam hidup penulis. Terima kasih atas doa, dukungan, kasih sayang, serta kepercayaan tiada henti, yang menjadi penyemangat, hingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan sampai saat ini.
6. Teman-teman dekat, seperjuangan (Nopi, Clara, Elena, Anandha, Muthiah, Gusnu, Naila, Aldi) terimakasih atas dukungan, semangat, motivasi, kekeluargaan, dan kebersamaannya selama ini, serta selalu menjadi pendengar yang baik sepanjang proses penyelesaian skripsi ini.

7. Pihak internal perusahaan PT Sariling Aneka Energi, khususnya Divisi Digital *Marketing*, atas kesempatan magang dan pengambilan data yang mendukung penyusunan skripsi ini, serta bimbingan dan wawasan yang diberikan selama proses tersebut.
8. Rekan – rekan Teknik Industri Angkatan 2021, selaku teman seangkatan yang berjuang dari awal hingga akhir memberikan dukungan selama saya melakukan penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Laporan Skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 10 Mei 2025

Ika Devi Mayang Sari



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ika Devi Mayang Sari
NIM. : 41621010004
Program Studi : Teknik Industri
Judul Laporan Skripsi : Penentuan Indikator Kinerja Divisi Digital
*Marketing dalam Pengelolaan E-Katalog dengan Metode *Balanced Scorecard* dan AHP di PT Sariling Aneka Energi*

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 8 Juni 2025

Yang menyatakan,



Ika Devi Mayang Sari

ABSTAK

Nama : Ika Devi Mayang Sari
NIM. : 41621010004
Program Studi : Teknik Industri
Judul Laporan Skripsi : Penentuan Indikator Kinerja Divisi Digital Marketing dalam Pengelolaan E-Katalog dengan Metode *Balanced Scorecard* dan AHP di PT Sariling Aneka Energi
Dosen Pembimbing : Dr. Uly Amrina, S.T., M.M.

Penelitian ini bertujuan merumuskan indikator kinerja (KPI) dan menyusun model penilaian kinerja Divisi Digital Marketing PT Sariling Aneka Energi dalam pengelolaan E-Katalog. Variabel yang diteliti meliputi indikator kinerja berbasis *Balanced Scorecard* (BSC) pada perspektif finansial, pelanggan, proses bisnis internal, serta pembelajaran dan pertumbuhan. Sampel penelitian terdiri dari 3 pakar internal manajemen untuk validasi KPI dan 47 pelanggan aktif sebagai responden kuesioner kepuasan dan loyalitas. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah *Analytic Hierarchy Process* (AHP) untuk pembobotan prioritas KPI dan pengembangan model penilaian kinerja. Hasil penelitian menunjukkan 33 KPI berhasil dirumuskan dan dikelompokkan ke dalam 15 *Strategic Objective*, dengan bobot prioritas tertinggi pada perspektif finansial (0,336) dan pelanggan (0,272). Model penilaian kinerja yang disusun berdasarkan prinsip SMART memberikan kerangka kerja terukur dan objektif untuk evaluasi kinerja divisi. Diharapkan model ini dapat menjadi rekomendasi yang bermanfaat bagi pengelolaan digital marketing E-Katalog di perusahaan dan mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik di masa mendatang.

Kata Kunci: *Balanced Scorecard*, AHP, KPI, Digital Marketing, E-Katalog

ABSTRACT

Name : Ika Devi Mayang Sari
NIM. : 41621010004
Study Program : *Industrial Engineering*
Title Thesis Report : *Determination of Digital Marketing Division Performance Indicators in E-Katalog Management with Balanced Scorecard and AHP Methods at PT Sariling Aneka Energi*
Counsellor : Dr. Uly Amrina, S.T., M.M.

This study aims to formulate key performance indicators (KPIs) and develop a performance evaluation model for the Digital Marketing Division of PT Sariling Aneka Energi in managing the e-Catalog. The variables studied include KPIs based on the Balanced Scorecard (BSC) framework across financial, customer, internal business processes, and learning and growth perspectives. The research sample consisted of 3 internal management experts for KPI validation and 47 active customers as respondents for satisfaction and loyalty questionnaires. Purposive sampling was used as the sampling technique. Data analysis employed the Analytic Hierarchy Process (AHP) to prioritize KPIs and develop the performance evaluation model. The results showed that 33 KPIs were successfully formulated and grouped into 15 Strategic Objectives, with the highest priority weights in the financial (0.336) and customer (0.272) perspectives. The performance evaluation model, designed based on SMART principles, provides a measurable and objective framework for evaluating the division's performance. It is hoped that this model can serve as a useful recommendation for managing the digital marketing of the e-Catalog and support better decision-making in the future.

Keywords: *Balanced Scorecard, AHP, KPI, Digital Marketing, E-Katalog*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vi
ABSTAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Batasan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Konsep dan Teori.....	8
2.1.1 Pengertian Kinerja.....	8
2.1.2 Indikator Kinerja (<i>Key Performance Indicators</i> - KPI)	9
2.1.3 Pengukuran Kinerja.....	12
2.1.4 <i>Balanced Scorecard</i> (BSC)	15
2.1.5 <i>Analytic Hierarchy Process</i> (AHP)	20
2.1.6 <i>Digital Marketing</i>	26
2.1.7 Faktor-Faktor Penentu Kinerja <i>Digital Marketing</i>	28

2.2 Penelitian Terdahulu	30
2.3 Kerangka Pemikiran	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Jenis Penelitian	35
3.2 Jenis Data dan Informasi	35
3.3 Metode Pengumpulan Data	35
3.4 Metode Pengolahan dan Analisis Data	38
3.5 Langkah-Langkah Penelitian.....	41
BAB IV PEMBAHASAN.....	43
4.1 Pengumpulan Data	43
4.1.1 Dokumen Strategis	43
4.1.2 Hasil Kuesioner Pelanggan	45
4.2 Pengolahan Data.....	52
4.2.1 Pemetaan Keselarasan Misi, Tujuan, Sasaran, Strategi Divisi Digital <i>Marketing</i>	52
4.2.2 Identifikasi dan Pemetaan <i>Strategic Objective</i> (SO) Berdasarkan 4 Perspektif BSC	55
4.2.3 Pemetaan <i>Key Performance Indicator</i> Divisi Digital <i>Marketing</i>	57
4.2.4 Validasi <i>Strategic Objective</i> dan <i>Key Performance Indicator</i>	59
4.2.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Kuesioner Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan	60
4.2.6 Pembobotan <i>Strategic Objective</i> dengan menggunakan AHP	63
4.2.7 Penentuan Target dan Petunjuk Teknik KPI.....	66
4.2.8 Rekomendasi Model Penilaian Kinerja Divisi Digital <i>Marketing</i>	68
4.3 Hasil	69
4.3.1 Identifikasi Strategi Pemasaran Digital.....	69
4.3.2 Penentuan KPI yang Relevan.....	71
4.3.3 Hasil Pembobotan dan Penilaian dengan AHP	73
4.3.4 Rekomendasi Model Penilaian Kinerja Divisi Digital <i>Marketing</i>	75
4.4 Pembahasan	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79

5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN.....	88



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Dokumen Strategis PT Sariling Aneka Energi	2
Tabel 2.1 Nilai Indeks <i>Random</i> (RI)	25
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Intensitas Kepentingan	37
Tabel 3.2 Rentang Skor Kategori <i>Traffic Light System</i>	41
Tabel 4.1 Verifikasi Pertanyaan Kuesioner	45
Tabel 4.2 Hasil Uji Kecukupan Data	49
Tabel 4.3 Hasil Uji Keseragaman Data	51
Tabel 4.4 Pemetaan Keselarasan Misi, Tujuan, Sasaran, dan Strategi Divisi	53
Tabel 4.5 Turunan Strategic Objective dari Keselarasan Strategi	55
Tabel 4.6 Pembagian Strategic Theme & Strategic Objective dalam 4 Perspektif	56
Tabel 4.7 Key Performance Indicator (KPI) Divisi Digital Marketing	58
Tabel 4.8 Rekap Hasil Validasi SO dan KPI	59
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	60
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas dengan <i>Microsoft Excel</i>	62
Tabel 4.11 Rekap Hasil Skor Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan	63
Tabel 4.12 Matriks Awal Hasil Rekapitulasi Kuesioner	64
Tabel 4.13 Matriks Resiprokal Perbandingan 4 Perspektif BSC	65
Tabel 4.14 Matriks Hasil Uji Konsistensi Perbandingan 4 Perspektif BSC	65
Tabel 4.15 Pengkuadratan Matriks ke-1	65
Tabel 4.16 Pengkuadratan Matriks ke-2	65
Tabel 4.17 Hasil Penentuan Target <i>Key Performance Indicator</i> (KPI)	66
Tabel 4.18 Petunjuk Teknis Pengukuran Indikator Kinerja (KPI)	67
Tabel 4.19 Rekomendasi Model Penilaian Kinerja Perspektif Finansial	68
Tabel 4.20 Ringkasan Jumlah SO dan KPI per Perspektif	71
Tabel 4.21 Hasil Pembobotan <i>Strategic Objective</i>	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Alur Bisnis E-Katalog Divisi Digital Marketing PT SAE.....	3
Gambar 1.2 <i>Form</i> Penilaian Kinerja Individu PT. SAE.....	4
Gambar 2.1 Kerangka <i>Balanced Scorecard</i> (BSC) oleh Kalpan & Norton	16
Gambar 2.2 Siklus Implementasi <i>Balanced Scorecard</i>	19
Gambar 2.3 Struktur Hierarki Keputusan AHP.....	23
Gambar 2.4 Contoh Skala Saaty Atribut Fungsi	24
Gambar 2.5 Matriks Resiprokal	24
Gambar 2.6 Contoh Matriks Resiprokal Atribut Fungsi	24
Gambar 2.7 Contoh Uji Konsistensi Atribut Fungsi	25
Gambar 2.8 Kerangka Penelitian	34
Gambar 3.1 Skala <i>Saaty</i> 1-9.....	37
Gambar 3.2 Flowcart Langkah-Langkah Penelitian	42
Gambar 4.1 Distribusi Jenis Kelamin Responden.....	47
Gambar 4.2 Distribusi Kategori Instansi Responden.....	47
Gambar 4.3 Persebaran Wilayah Responden	48
Gambar 4.4 Distribusi Kelompok Usia Responden	48
Gambar 4.5 Grafik Hasil Uji Keseragaman Data P1	52
Gambar 4.6 Hasil Uji Reliabilitas dengan SPSS Versi 26	62
Gambar 4.7 Hierarki AHP Pembobotan Strategic Objective	64
Gambar 4.8 <i>Strategy Map</i> Divisi Digital Marketing PT SAE	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Tabel Dokumen Strategis PT Sariling Aneka Energi.....	88
Lampiran 2. Tabel Dokumen Strategis Divisi Digital <i>Marketing</i>	90
Lampiran 3. Rekap Hasil <i>Focus Group Discussion</i> (FGD)	91
Lampiran 4. Pemetaan Keselarasan Misi, Tujuan, Sasaran, dan Strategi Divisi Hasil FGD	95
Lampiran 5. Kuesioner Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan.....	99
Lampiran 6. Grafik Uji Keseragaman.....	101
Lampiran 7. Kuesioner Validasi SO dan KPI.....	105
Lampiran 8. Rekap Lengkap Hasil Validasi SO dan KPI	108
Lampiran 9. Tabel Hasil Uji Validitas Kuesioner Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan dengan SPSS Versi 26.....	110
Lampiran 10. Rekap Hasil Skor Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan.....	111
Lampiran 11. Kuesioner AHP <i>Strategic Objective</i>	113
Lampiran 12. Hasil Pembobotan <i>Strategic Objective</i> dengan AHP.....	118
Lampiran 13. Petunjuk Teknis KPI.....	123
Lampiran 14. Rekomendasi Model Penilaian Kinerja Divisi Digital Marketing PT SAE.....	134