

DAFTAR ISI

	Hal.
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIAT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan dan Asumsi.....	2
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	3
1.6 Sistematika Penulisan	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1 Kinerja	5
2.2 Pengukuran Kinerja	6
2.2.1 Standar pengukuran kinerja.....	6
2.2.2 Tujuan pengukuran kinerja.....	7
2.2.3 Manfaat pengukuran kinerja.....	7
2.2.4 Siklus pengukuran kinerja	8
2.3 <i>Strategic Management Analysis and Reporting Technique (SMART)</i>	9
2.4 <i>Key Performance Indicator (KPI)</i>	11

2.5	<i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i>	12
2.5.1	Kelebihan dan kekurangan <i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i>	13
2.5.2	Tahapan <i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i>	14
2.6	OMAX	18
2.7	<i>Traffic Light</i>	21
2.8	Inovasi Produk	21
2.9	Produktivitas	22
2.10	Lingkungan Kerja	22
2.11	Penghargaan.....	23
2.12	Kualitas Pelayanan.....	23
2.13	Loyalitas Konsumen	23
2.14	Teknologi Pembayaran	24
2.15	Penelitian Terdahulu	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		26
3.1	Objek Penelitian.....	26
3.2	Metode Pengumpulan Data.....	26
3.3	Kerangka Penelitian	28
3.4	Langkah-langkah Pengolahan Data	29
3.5	Analisis Hasil.....	32
3.6	Kesimpulan dan Saran	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		33
4.1	Pengumpulan Data	33
4.2	Pengolahan Data	33
4.2.1	Strategi Objektif	33
4.2.2	Mengidentifikasi <i>Key Performance Indicator (KPI)</i> ...	34
4.2.3	Pembobotan dengan metode <i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i>	38
4.2.4	Bobot Global KPI “28 Coffee” Cabang Godean	54

4.2.5	Menghitung Kinerja “28 <i>Coffee</i> ” cabang Godean.....	55
4.3	Analisis Hasil.....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		68
5.1	Kesimpulan.....	68
5.2	Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....		70
LAMPIRAN.....		73

DAFTAR TABEL

Tabel 2.3 Tabel indikator OMAX.....	20
Tabel 2.4 Penelitian terdahulu.....	25
Tabel 4.1 Perspektif SMART <i>System</i>	33
Tabel 4.2 Strategi Objektif.....	34
Tabel 4.3 Hasil Identifikasi <i>Key Performance Indicator</i> (KPI)	35
Tabel 4.4 Perhitungan matrik awal perspektif	39
Tabel 4.5 Nilai matrik normalisasi perspektif.....	40
Tabel 4.6 Hasil perhitungan AHP perspektif.....	41
Tabel 4.7 Hasil pembobotan AHP perspektif	42
Tabel 4.8 Perhitungan matrik awal perspektif ukuran finansial	42
Tabel 4.9 Nilai matrik normalisasi perspektif ukuran finansial.....	43
Tabel 4.10 Hasil perhitungan AHP perspektif ukuran finansial	43
Tabel 4.11 Hasil pembobotan AHP perspektif ukuran finansial.....	44
Tabel 4.12 Perhitungan matrik awal perspektif ukuran pasar.....	44
Tabel 4.13 Nilai matrik normalisasi perspektif ukuran pasar	45
Tabel 4.14 Hasil perhitungan AHP perspektif ukuran pasar.....	45
Tabel 4.15 Hasil pembobotan AHP perspektif ukuran pasar.....	45
Tabel 4.16 Perhitungan matrik awal perspektif produktivitas	46
Tabel 4.17 Nilai matrik normalisasi perspektif produktivitas.....	47
Tabel 4.18 Hasil perhitungan AHP perspektif produktivitas	47
Tabel 4.19 Hasil pembobotan AHP perspektif produktivitas	47
Tabel 4.20 Perhitungan matrik awal perspektif fleksibilitas.....	47
Tabel 4.21 Perhitungan matrik awal perspektif pelanggan.....	48
Tabel 4.22 Nilai matrik normalisasi perspektif pelanggan	49
Tabel 4.23 Hasil perhitungan AHP perspektif pelanggan.....	49
Tabel 4.24 Hasil pembobotan AHP perspektif pelanggan.....	50
Tabel 4.25 Perhitungan matrik awal perspektif waktu proses	50
Tabel 4.26 Nilai matrik normalisasi perspektif waktu proses.....	51
Tabel 4.27 Hasil perhitungan AHP perspektif waktu proses	51

Tabel 4.28 Hasil pembobotan AHP perspektif waktu proses	52
Tabel 4.29 Perhitungan matrik awal perspektif pengiriman	52
Tabel 4.30 Nilai matrik normalisasi perspektif pengiriman.....	53
Tabel 4.31 Hasil perhitungan AHP perspektif pengiriman.....	53
Tabel 4.32 Hasil pembobotan AHP perspektif pengiriman	53
Tabel 4.33 Perhitungan matrik awal perspektif kualitas	54
Tabel 4.34 Bobot global KPI	54
Tabel 4.35 Pencapaian KPI Periode I dan Periode II.....	55
Tabel 4.36 Hasil kondisi terendah pada kondisi awal dan target perusahaan.....	57
Tabel 4.37 <i>Scoring</i> OMAX periode I.....	58
Tabel 4.38 <i>Scoring</i> OMAX periode II	61
Tabel 4.40 Rekomendasi Usulan Strategi Kinerja 28 <i>coffee</i> cabang Godean.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Siklus pengukuran kinerja.....	8
Gambar 2.2 Perspektif metode SMART <i>system</i>	9
Gambar 3.1 Kerangka penelitian.....	28
Gambar 3.2 Kerangka pengolahan data	31
Gambar 4.1 Hierarki kinerja perusahaan	37
Gambar 4.2 Hasil pembobotan AHP perspektif <i>software Expert Choice</i>	38
Gambar 4.3 Hasil pembobotan AHP ukuran finansial <i>software expert choice</i>	42
Gambar 4.4 Hasil pembobotan AHP ukuran pasar dengan <i>software expert choice</i>	44
Gambar 4.5 Hasil pembobotan AHP produktivitas dengan <i>software expert choice</i>	46
Gambar 4.6 Hasil pembobotan AHP pelanggan dengan <i>software expert choice</i> .	48
Gambar 4.7 Hasil pembobotan AHP waktu proses dengan <i>software expert choice</i>	50
Gambar 4.8 Hasil pembobotan AHP pengiriman dengan <i>software expert choice</i>	52

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A Pengumpulan Data	LA. 1
LAMPIRAN B Hasil Kuesioner Perbandingan Berpasangan.....	LB. 1
LAMPIRAN C Perhitungan Omax	LC. 1
LAMPIRAN D <i>Traffic Light System</i>	LD. 1
LAMPIRAN E Dokumentasi	LE. 1