

BAB II

KAJIAN LTERATUR

2.1 Kajian Literatur Deduktif

2.1.1 Kinerja

Suatu tentang gambaran yang berkaitan dengan keinginan yang hendak dicapai dalam pelaksanaan kegiatan untuk mewujudkan visi, misi, dan tujuan dari suatu perusahaan yang diterapkan dalam sasaran strategis (Moeheriono, 2012). Manajemen kinerja ini dilakukan untuk mengatur orang atau manusia untuk suatu proses yang hendak akan dicapai oleh sebuah organisasi, dan bagaimana organisasi tersebut mencapai tujuannya (Gaol, 2014).

2.1.2 Pengukuran Kinerja

Seorang karyawan ataupun manager dalam melakukan suatu pekerjaannya harus dapat dinilai atau dapat diukur, yang hasilnya dapat berfungsi untuk mengevaluasi pekerjaan yang sudah dilakukan dan merencanakan yang akan dilakukan kedepan agar dapat memastikan terhadap pekerjaan yang dijalankan dengan efektif dan efisien (Antariksa, Surachman, & Setiawan, 2014). Apabila hasil dari pengukuran kinerja yang telah dilakukan tersebut berbeda dari yang diinginkan oleh perusahaan, maka kekurangan dan kelemahan tersebut harus ditindak lanjuti sehingga akan memperoleh hasil yang memuaskan sesuai dengan keinginan dari perusahaan (Radithya & Tin, 2011).

Perusahaan dalam melakukan suatu penilaian kinerja dapat dengan cara melihat hasil kinerja yang telah dicapai oleh karyawan dibandingkan dengan standar pekerjaan yang ada didalam perusahaan itu sendiri, apabila seseorang karyawan dapat melebihi standar yang telah ditentukan maka karyawan tersebut masuk kedalam kategori yang baik, begitu

pula sebaliknya apabila seorang karyawan tidak bisa mencapai hasil standar yang ditentukan maka karyawan tersebut masuk dalam kategori tidak baik atau kinerja yang dilakukannya rendah (Dewi, 2016).

2.1.3 Konsep Dasar Pengukuran Kinerja

Empat elemen dasar dalam suatu pengukuran kinerja antara lain (Chasanah & Amanah, 2013):

1. Menetapkan tujuan, sasaran, dan strategi organisasi.
2. Merumuskan indikator dan ukuran kinerja.
3. Mengukur tingkat ketercapaian tujuan dan sasaran-sasaran organisasi.
4. Evaluasi kinerja.

2.1.4 Manfaat Pengukuran Kinerja

Manfaat dan tujuan dari pengukuran kinerja adalah sebagai berikut (Bangun, 2012) :

1. Untuk melakukan evaluasi dan melakukan penilaian antar individu dalam suatu organisasi yang bertujuan dalam memutuskan pemindahan pekerjaan pada posisi yang tepat, promosi pekerjaan, mutasi atau demosi sampai tindakan pemberhentian.
2. Pengembangan diri yang diberikan kepada setiap individu karyawan dalam organisasi yang bermanfaat yang dapat dilakukan melalui pendidikan agar pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan akan meningkat maupun pelatihan agar keterampilan atau *skill* yang dimiliki karyawan dapat meningkat.

2.1.5 Strategi

Strategi adalah suatu cara yang digunakan untuk dapat mencapai suatu tujuan yang diharapkan agar perusahaan dapat berkompetitif secara unggul yang dapat bersaing dan mampu menghadapi perubahan-perubahan dalam persaingan industri (Solihin, 2012). Strategi merupakan sebuah proses penyusunan langkah-langkah apa saja yang akan dilakukan ke depan yang memiliki sifat jangka panjang serta untuk dapat membangun visi dan misi organisasi, menetapkan tujuan strategis dan keuangan perusahaan, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut dalam rangka menyediakan *customer*

value terbaik dengan mempertimbangkan faktor eksternal maupun faktor internal (Herfita, Widyastuti, & Gustari, 2017).

2.1.6 Balance Scorecard

2.1.6.1 Pengertian *Balance Scorecard*

Awalnya metode *balance scorecard* ini diciptakan untuk mengukur kinerja perusahaan dalam jajaran eksekutif saja, hanya berfokus di pengukuran keuangan yang berkembang di perencanaan strategis (Rangkuti, 2017). Selain dengan mempertahankan dari perspektif keuangan yang bersifat tradisional ini akan digunakan dalam menilai dari aset wujud yang dimiliki, dan untuk aset yang tidak berwujud akan dinilai dari perspektif pelanggan, proses bisnis internal, pertumbuhan dan pembelajaran untuk membantu perusahaan dalam mencapai visi dan strategi yang hendak diraih oleh perusahaan (Antariksa, Surachman, & Setiawan, 2014).

Tercapainya visi, misi serta sasaran dari perusahaan akan terlaksana apabila seluruh sumber daya manusia atau karyawan pada perusahaan mengerti bahwa seluruh aktivitas yang mereka kerjakan sangat berdampak pada keberhasilan suatu perusahaan. Penggunaan *Balanced Scorecard* memiliki keuntungan, keuntungan dari *Balanced Scorecard* yaitu (Kaplan & Norton, 1996):

1. Menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan hasil kerja.
2. Mendiskusikan atau mengkomunikasikan strategi perusahaan ke karyawan.
3. Untuk membantu dalam perencanaan waktu dan pemanfaatan sumber daya yang lebih efektif.
4. Untuk meningkatkan kinerja bisnis dengan mengukur aspek-aspek penting.
5. Membantu manajemen dalam membuat keputusan yang sesuai dan baik berdasarkan indikator kinerja.
6. Untuk meningkatkan pemahaman mengenai kebutuhan dan keinginan pelanggan.
7. Membantu karyawan agar fokus dan berkonsentrasi pada tugas-tugasnya.

Istilah dari kata *balance scorecard* yang terdiri dari dua suku kata, yang pertama yaitu kata *balance* yang memiliki arti berimbang antara sisi keuangan dengan sisi *non* keuangan baik dari bagian dalam perusahaan maupun dari bagian luar perusahaan, sedangkan untuk kata *score* yang memiliki arti pencacatan hasil skor dari pengukuran kinerja yang telah dilakukan oleh perusahaan baik untuk kondisi yang sekarang maupun kondisi untuk merencanakan dimasa yang akan datang (Rangkuti, 2017). Faktor keberhasilan kunci masing-masing perspektif adalah sebagai berikut :

1. Perspektif Keuangan

Pada perspektif keuangan dalam melakukan pengukuran kinerja perusahaan melihat dari sisi aspek keuangan dalam menghitung profitabilitas keuangan (Febriana, 2012). Berikut ini merupakan indikator dalam pengukuran kinerja berdasarkan dari perspektif keuangan :

a. *Current rasio*

Current Ratio ini digunakan untuk mengetahui sampai seberapa jauh perusahaan dapat melunasi hutang jangka pendeknya (Rangkuti, 2017). Untuk dapat menghitung perbandingan antara jumlah aktiva lancar dengan hutang lancar (kewajiban lancar) (Koesomowidjojo, 2017).

Rumus :

$$\text{Current rasio} = \frac{\text{aktiva lancar}}{\text{kewajiban lancar}} \times 100$$

Sumber : (Rangkuti, 2017)

Rasio yang rendah menunjukkan kurangnya modal untuk membayar hutang (Armen & Azwar, 2013).

b. *Net Profit Margin (NPM)*

Profit margin berfungsi untuk membandingkan antara laba bersih setelah pajak dengan pendapatan dari penjualan. NPM digunakan untuk mengukur jumlah laba bersih yang didapatkan dari penjualan sesudah pajak dan mengukur semua pengeluaran, baik produksi, administrasi maupun pendanaan (Koesomowidjojo, 2017).

Rumus *NPM* :

$$NPM = \frac{\text{profit bersih setelah pajak}}{\text{total penjualan}} \times 100\%$$

Sumber : (Koesomowidjojo, 2017)

Nilai rasio semakin tinggi akan menunjukkan bahwa organisasi memiliki kemampuan untuk menghasilkan laba yang tinggi pada derajat penjualan tertentu (Koesomowidjojo, 2017).

c. *Return on Investment (ROI)*

ROI ini digunakan perusahaan dalam menghitung kemampuannya dengan menggunakan semua dana yang ditanam melalui aktiva yang digunakan dalam kegiatan operasional untuk mendapatkan keuntungan (Rangkuti, 2017).

Rumus *ROI* :

$$ROI = \frac{\text{laba bersih}}{\text{total aset}} \times 100\%$$

Sumber : (Rangkuti, 2017)

Semakin besar hasil *ROI* yang didapatkan, maka semakin baik dalam memanfaatkan rupiah untuk mengelola bisnis perusahaan untuk mendapatkan hasil penjualan. Dan apabila *ROI* yang dihasilkan oleh perusahaan itu sedikit atau rendah, maka kemungkinan yang terjadi adalah (Rangkuti, 2017) :

- a. *Over investment* dalam aktiva yang digunakan.
- b. Biaya yang dikeluarkan lebih besar dibandingkan dengan jumlah penjualan.

d. *Return on Equity (ROE)*

Perhitunagn *ROE* ini digunakan untuk menghitung seberapa banyak keuntungan bersih yang menjadi hak pemilik atas modal sendiri, mengukur tingkat pengembalian modal pemegang saham yang diinvestasikan ke dalam perusahaan (Andriani, 2012).

Rumus :

$$ROE = \frac{\text{profit bersih sesudah pajak}}{\text{modal sendiri}} \times 100\%$$

Sumber : (Rangkuti, 2017)

Laba bersih setelah pajak adalah laba setelah pajak dikurangi dengan : aktiva tetap, aktiva non produktif, saham penyertaan langsung.

Yang dimaksud dengan modal sendiri disini adalah semua modal sendiri didalam neraca perusahaan di akhir tahun buku dikurangi dengan modal sendiri yang digunakan untuk membiayai aktiva tetap dalam pelaksanaan dan profit tahun berjalan.

e. *Asset Turn Over (ATO)*

Asset Turn Over (ATO) merupakan indikator kunci dari seberapa efisien asset yang digunakan untuk memenuhi persyaratan keuangan suatu organisasi (Armen & Azwar, 2013). Rasio ini menunjukkan jumlah pendapatan yang diperoleh dari setiap rupiah *asset*.

Rumus :

$$ATO : \frac{\text{penjualan}}{\text{total aset}} \times 100\%$$

Sumber : (Armen & Azwar, 2013)

f. *Total Asset Turn Over (TATO)*

Rasio *Total Asset Turn Over (TATO)* merupakan suatu rasio aktivitas perputaran aktiva, untuk dapat mengetahui sejauh mana organisasi mampu menghasilkan penjualan berdasarkan aktiva (Koesomowidjojo, 2017).

Rumus :

$$TATO = \frac{\text{total pendapatan}}{\text{capital employed}} \times 100\%$$

Sumber : (Rangkuti, 2017)

Total pendapatan adalah total pendapatan usaha dan non usaha tidak termasuk pendapatan hasil penjualan aktiva tetap. Sedangkan capital employed adalah posisi pada akhir tahun buku total aktiva dikurangi aktiva tetap dalam pelaksanaan.

g. Produktivitas *asset*

Produktivitas *asset* adalah rasio antara pendapatan kasar (profit usaha) dikurangi pajak, dibagi dengan total *asset*.

Rumus :

$$\text{Produktivitas } asset = \frac{\text{pendapatan-pajak}}{\text{total asset}}$$

Sumber : (Rangkuti, 2017)

Rasio ini mengukur produktivitas seluruh sumber daya yang digunakan perusahaan. Perbandingan rasio ini dengan tahun sebelumnya dapat digunakan untuk memperkirakan prospek bisnis yang dilakukan dimasa yang akan datang.

2. Perspektif Pelanggan

Pada perspektif pelanggan ini dilakukan pengukuran yang menekankan pada bagaimana dapat mengetahui kondisi pelanggan mereka dan segmen pasar yang telah dipilih oleh perusahaan untuk bisa bersaing dengan kompetitor mereka (Febriana, 2012).

a. Kepuasan pelanggan

Pengukuran ini untuk menilai seberapa besar kepuasan konsumen atas kriteria *value proposition* yang akan memberikan umpan baik terhadap seberapa baiknya perusahaan dalam menjalankan bisnisnya (Usman & Laksono, 2014). Rumus dalam menentukan kepuasan dari konsumen adalah sebagai berikut ini:

$$\text{Kepuasan pelanggan} = \frac{\text{total hasil pengisian kuesioner}}{\text{total nilai maksimal}} \times 100\%$$

Sumber : (Deviani & Setiawarnan, 2015)

Semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen, maka kualitas yang diberikan oleh perusahaan terhadap produk tersebut adalah baik (Deviani & Setiawarnan, 2015).

b. *Costumer Retention* (Retensi Pelanggan)

Pengukuran ini menggambarkan sejauh mana perusahaan dapat menjalin hubungan yang baik dan mampu mempertahankan pelanggannya (Usman & Laksono, 2014). Rumus dalam menentukan retensi pelanggan adalah sebagai berikut ini:

$$\text{Retensi pelanggan} = \frac{\text{jumlah pelanggan lama}}{\text{jumlah pelanggan}} \times 100\%$$

Sumber: (Usman & Laksono, 2014)

c. *Costumer Profitability* (Profitabilitas Pelanggan)

Pengukuran ini digunakan untuk mengetahui dan mengukur besarnya keuntungan yang didapat diraih dari pendapatan penjualan produk/penawaran jasa yang diberikan kepada konsumen (Koesomowidjojo, 2017). Hal ini dapat memberikan informasi kepada manajer terhadap efektifitas strategi segmen pasar perusahaan (Usman & Laksono, 2014). Rumus dalam menentukan profitabilitas pelanggan adalah sebagai berikut ini:

$$\text{Profitabilitas pelanggan} = \frac{\text{jumlah pendapatan usaha}}{\text{jumlah pelanggan}}$$

Sumber: (Fitriyani, Tiswiyanti, & Prasetyo, 2015)

3. Perspektif Proses Bisnis Internal

Pada perspektif ini melakukan suatu identifikasi proses yang dijalankan oleh perusahaan untuk dapat mencapai tujuan dari perusahaan yang ada dalam perspektif pelanggan maupun perspektif keuangan, serta bisa mendapat nilai tambah di benak konsumen (Febriana, 2012). Proses pada perspektif ini merupakan suatu rangkaian dari aktivitas yang dijalankan oleh organisasi untuk membuat produk dan jasa bagi *customers* (Areva, 2012).

Menurut Deviani & Setiawarnan (2015) dalam perspektif ini memiliki beberapa ukuran utama yaitu:

a. Inovasi Produk

Inovasi produk dilakukan dengan cara mengukur jumlah produk baru yang terjual dibandingkan dengan jumlah penjualan sebelumnya. Dalam hal ini produknya adalah banyaknya iklan elektronik maupun cetak. Semakin tinggi nilai inovasi produk, maka penjualan produk semakin baik.

b. Layanan Purna Jual

Layanan purna jual akan memberikan rasa aman kepada konsumen atau pelanggan setelah memanfaatkan produk atau jasa yang ditawarkan (Koesomowidjojo, 2017).

4. Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran

Pada proses ini dilakukan pengidentifikasian infrastruktur yang harus dibuat oleh perusahaan untuk dapat menghasilkan pertumbuhan dan peningkatan kinerja dalam jangka waktu panjang. Sumber utama yang dihasilkan dalam perspektif ini adalah manusia, system, dan prosedur perusahaan. Ukuran utama dalam perspektif ini adalah :

a. Tingkat Produktivitas Karyawan

Tingkat produktivitas dari karyawan yang dapat digunakan untuk mengetahui produktivitasnya dalam periode tertentu.

Rumus :

$$\text{Produktivitas Karyawan} = \frac{\text{laba operasi sebelum pajak}}{\text{jumlah karyawan}} \times 100\%$$

Dari hasil tersebut apabila tingkat produktivitas karyawan semakin tinggi, maka semakin tinggi pula output yang dihasilkan oleh masing-masing karyawan.

b. Tingkat Retensi Karyawan

Tingkat retensi karyawan ini dapat dihitung menggunakan perhitungan dari perputaran karyawan dalam perusahaan.

Rumus :

$$\text{Retensi Karyawan} = \frac{\text{jumlah karyawan keluar}}{\text{jumlah karyawan}} \times 100\%$$

Sumber : (Oktavyanti & Riduwan, 2014)

Dari perhitungan diatas apabila semakin tinggi retensi karyawan yang dihasilkan, maka semakin tinggi pula perputaran karyawan yang terjadi.

c. Tingkat Kepuasan Karyawan

Tingkat kepuasan karyawan ini sebagai kunci utama dari hasil perhitungan tingkat produktivitas dan retensi karyawan.

$$\text{Kepuasan karyawan} = \frac{\text{total hasil pengisian kuesioner}}{\text{total nilai maksimal}} \times 100\%$$

2.1.6.2 Keunggulan *Balance Scorecard*

Keunggulan dalam menggunakan metode *balance scorecard* dalam melakukan sistem perencanaan strategi adalah mampu membuat karakteristik rencana strategi seperti dibawah ini (Mulyadi, 2014):

1. Meningkatkan Kualitas Perencanaan.

Perencanaan yang baik dalam sebuah organisasi akan mencerminkan dari manajemen yang baik dan akan menjanjikan hasil yang baik pula.

2. Komprehensif

Dalam hal ini metode *Balance Scorecard* menambahkan perspektif yang ada dalam perencanaan strateegi, yang awalnya hanya menggunakan dari perspektif keuangan saja, sekarang ditambahkan dari perspektif non keuangan seperti pelanggan, proses internal bisnis, pertumbuhan dan pembelajaran. Yang memiliki manfaat yaitu :

- a. Memastikan kinerja keuangan berlipat ganda dan dalam jangka panjang
- b. Dapat mendorong perusahaan memasuki ranah bisnis yang lebih kompleks.

3. Koheren

Dalam hal ini metode *Balance Scorecard* mewajibkan bagi personel untuk dapat membangun sebuah hubungan sebab akibat dari berbagai sasaran strategi yang telah dihasilkan dalam perencanaan strategi. Setiap sasaran strategik yang ditetapkan untuk perspektif *non* keuangan harus berkaitan dengan perspektif keuangan baik secara langsung atau tidak. Karena pada dasarnya perusahaan akan mencetak kekayaan, sehingga harus menghasilkan kegiatan yang yang menambah kekayaan. Oleh sebab itu dapat memotivasi bagi personel untuk bertanggung jawab dalam mencari strategi yang akan bermanfaat untuk menghasilkan kinerja keuangan.

4. Berimbang

Perlu dipertimbangkan dalam menetapkan sasaran-sasaran strategi dalam ke empat perspektif. Jadi perlunya keseimbangan yang terjadi dalam sasaran strategi yang telah ditentukan untuk dapat menghasilkan kinerja keuangan dalam jangka panjang.

5. Terukur

Semua sasaran strategi ditentukan oleh ukurannya pada setiap masing-masing perspektif. Keterukuran ini menjanjikan ketercapaian dari berbagai sasaran strategis.

Keunggulan *Balance Scorecard* menurut Rangkuti (2017) adalah sebagai berikut ini:

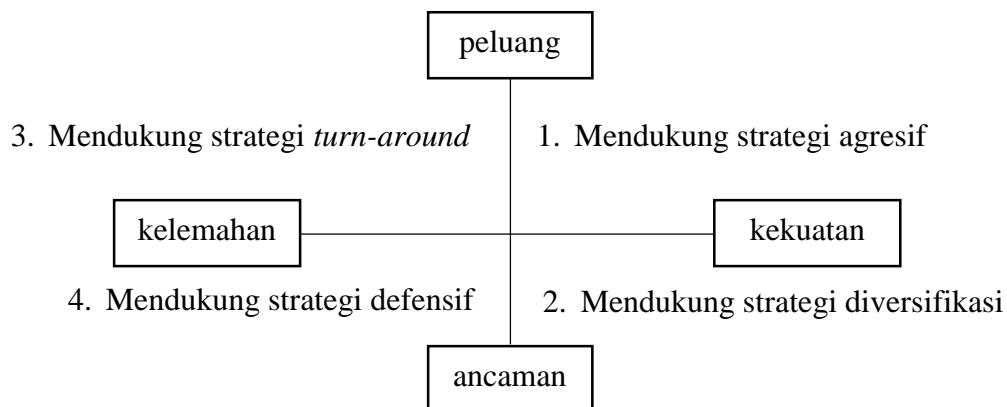
1. Memotivasi kepada setiap personel untuk dapat berfikir dan melakukan tindakan secara strategis.
2. *Balance Scorecard* dapat menghasilkan suatu kinerja yang menyeluruh.
3. Dapat menghasilkan suatu *business plan* yang berkaitan satu sama lain atau terintegrasi. Integrasi yang dihasilkan adalah antara
 - a. Visi dan misi dengan program
 - b. Integrasi program dengan rencana untuk meningkatkan profit bersih.

2.17 SWOT

SWOT terdiri dari *strengths, weaknesses, opportunity, and threats*. *Strengths* (kekuatan) dan *weaknesses* (kelemahan) berasal dari dalam perusahaan. *Opportunity* (peluang) and *threats* (ancaman) berasal dari luar perusahaan. Sehingga dengan menggunakan *SWOT* ini perusahaan harus bisa memaksimalkan kekuatan, serta peluang yang dimiliki dan meminimalkan kelemahan dan ancaman (Sutanto, Suyanto, & Fatta, 2013).

SWOT digunakan sebagai proses pengambilan keputusan secara strategis yang berkaitan dengan pengembangan visi, misi, tujuan dasar, nilai dasar, strategi dan kebijakan dari perusahaan (Yogie, Wisnubroto, & Oesman, 2017). Pengukuran kinerja yang dilakukan dengan menggunakan metode *balanced scorecard* ini dimulai dengan melakukan *assessment* untuk dapat mengetahui faktor eksternal dan internal dari perusahaan tersebut, salah satu metode yang digunakan dalam melakukan *assessment* ini adalah dengan analisis *SWOT* yang hasilnya akan digunakan dalam melakukan penyusunan strategi yang harus dijalankan oleh perusahaan ke dalam 4 (empat) perspektif (Nurjaman, 2013).

Analisis *SWOT* dengan cara membandingkan antara faktor internal dan eksternal adalah sebagai berikut ini (Rangkuti, 2017) :



Gambar 2. 1 Analisis SWOT

Sumber : (Rangkuti, 2017)

Kuadran 1 : posisi dalam kuadran 1 memiliki situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkannya. Strategi yang diterapkan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

Kuadran 2 : meskipun terdapat beberapa ancaman yang harus dihadapi, tetapi perusahaan memiliki kekuatan dari segi internal. Dan strategi yang tepat untuk digunakan adalah dapat memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3: perusahaan memiliki peluang pasar yang sangat besar, tetapi juga menghadapi kendala /kelemahan internal. Fokus strategi yang dilakukan oleh perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik lagi.

Kuadran 4: dalam kuadran ini posisi perusahaan dalam posisi yang sangat tidak menguntungkan Karena perusahaan memiliki berbagai ancaman dan kelemahan internal.

2.2 kajian Induktif

kajian deduktif ini mengenai dengan *SWOT Balance Scorecard* yang telah banyak dilakukan penelitiannya sebelumnya. Berikut ini merupakan beberapa penelitian yang melibatkan tentang *SWOT* dan *Balance Scorecard* adalah sebagai berikut ini:

Suryani, Syarief, & Suroso (2014) penelitian ini dilakukan untuk dapat menjabarkan visi, misi dan strategi untuk dapat menjadi tujuan strategi yang hendak akan dicapai berdasarkan dari 4 perspektif *bsc*, *KPI*, dan mampu mendesain hubungan dari sebab akibat dengan menggunakan diagram *fishbone* melalui peta strategis yang bisa diterapkan. Dari hasil penelitian yang dilakukan pada perspektif keuangan kontribusi terbesar terhadap kinerja lembaga berasal dari jumlah uang yang masuk dari pemerintah, pada perspektif pelanggan terletak pada penelitian dan pengembangan yang dilakukan oleh para akademisi yang bekerjasama dengan lembaga. Pada perspektif proses bisnis internal, kontribusi terbesar pada MOU (*Momerandum of understanding*) yang telah ditangani dan diterapkan di lembaga tersebut. Pada perspektif pertumbuhan dan pembelajaran, kontribusi terbesar terhadap kinerja lembaga adalah dengan menunjukkan tingkat produktivitas tenaga kerja.

Menurut Badriah, Amran, & Friandy (2014) penelitiannya tersebut memperoleh *Strategy Mapping* yang berisikan tentang indikator untuk dapat menyusun tujuan strategis oleh perusahaan. Peneliti menggunakan 17 ukuran kinerja dan menggunakan 7 perspektif yang berasal dari *service scorecard*.

Penelitian yang dilakukan oleh Zindra (2017) Berdasarkan dari hasil analisis penelitian yang telah dilakukan di PT. Monier Indonesia dengan penerapan konsep *Balanced Scorecard*, bahwa perspektif finansial perusahaan hanya dapat menaikkan tingkat penjualan, tetapi belum dapat mencapai tingkat profitabilitas sesuai dengan misi yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Pada perspektif pelanggan bahwa pelanggan sudah merasa puas terhadap apa yang telah diberikan oleh perusahaan dengan cukup baik, dalam hal itu akan dapat menumbuhkan tingkat kepercayaan kepada pelanggan. Pada perspektif proses bisnis internal ini perusahaan mampu mengembangkan produk dengan efisiensi, dan dapat juga meningkatkan kualitas. Pada perspektif pembelajaran dan

pertumbuhan perusahaan dapat meningkatkan kinerja karyawan dan dapat mewujudkan lingkungan kerja yang kondusif.