**SKRIPSI TERAPAN**

****

**PENGUKURAN KINERJA DENGAN METODE *BALANCED SCORECARD* PADA PERUSAHAAN INDUSTRI PRODUK PERAWATAN TUBUH YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2020-2023**

Disusun Oleh :

**Dian Febriyanti**

**2004431006**

**Program Studi Akuntansi Keuangan**

**Program Sarjana Terapan**

**Jurusan Akuntansi**

**Politeknik Negeri Jakarta**

**2024**

**SKRIPSI TERAPAN**

****

**PENGUKURAN KINERJA DENGAN METODE *BALANCED SCORECARD* PADA PERUSAHAAN INDUSTRI PRODUK PERAWATAN TUBUH YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2020-2023**

Dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Akuntansi

Disusun Oleh :

**Dian Febriyanti**

**2004431006**

**Program Studi Akuntansi Keuangan**

**Program Sarjana Terapan**

**Jurusan Akuntansi**

**Politeknik Negeri Jakarta**

**2024**

# **LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dian Febriyanti

NIM : 2004431006

Program Studi : D4 Akuntansi Keuangan

Jurusan : Akuntansi

Menyatakan bahwa yang dituliskan di dalam Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri bukan jiplakan (plagiasi) karya orang lain baik sebagian atau seluruhya. Pendapat, gagasan, atau temuan orang lain yang terdapat di dalam Laporan Tugas akhir telah saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Depok, 05 Agustus 2024



Dian Febriyanti

NIM. 2004431006

# **LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Dian Febriyanti

NIM : 2004431006

Program Studi : Akuntansi Keuangan Terapan

Judul Skripsi : Pengukuran Kinerja Dengan Metode *Balanced Scorecard* Pada Perusahaan Industri Produk Perawatan Tubuh Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2023

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Akuntansi Keuangan Terapan Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

**DEWAN PENGUJI**

Ketua Penguji : Yusep Friya Purwa Setya, S.E., M.Ak. (  )

Anggota Penguji : Nedsal Sixpria, S.E., Ak., M.M. (  )

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 05/08/2024

Ketua Jurusan Akuntansi



Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M.

NIP. 196404151990032002

# **LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama Penyusun : Dian Febriyanti

Nomor Induk Mahasiswa : 2004431006

Program Studi : Akuntansi Keuangan Terapan

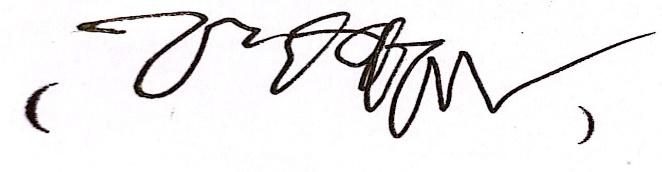
Jurusan : Akuntansi

Judul Skripsi :

**“Pengukuran Kinerja Dengan Metode *Balanced Scorecard* Pada Perusahaan Industri Produk Perawatan Tubuh Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2023”**

Disetujui Oleh :

Pembimbing



Nedsal Sixpria, S.E., Ak., M.M.

NIP. 196012311990031020

Ketua Program Studi



Yusep Friya Purwa Setya, S.E., M.Ak.

NIP. 196302031990031001

# **KATA PENGANTAR**

*Alḥamdulillāhirobbil‟alamiin*. Segala puji syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan yang Maha Kuasa, Maha Pengasih dan Penyayang, Maha Bijaksana karena atas rahmat dan karunianya skripsi yang berjudul **“Pengukuran Kinerja Dengan Metode *Balanced Scorecard* Pada Perusahaan Industri Produk Perawatan Tubuh Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2023”** dapat terselesaikan, dimana skripsi ini menjadi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Akuntansi Keuangan.

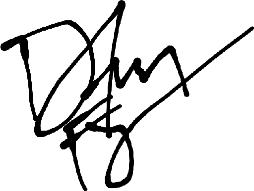
Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dari beberapa pihak baik berupa dorongan dan bimbingan serta arahan, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Almarhum Bapak Suwartono dan Ibu Rohmani selaku orang tua penulis, cinta pertama dan pintu syurga penulis, yang senantiasa memanjatkan doa, memberikan nasihat, kasih sayang, motivasi, dan perhatian selama ini. Serta memberikan dukungan dalam segala hal baik moril maupun materil. Terima kasih atas segala usaha, perjuangan dan pengorbanan yang telah dilakukan agar penulis memperoleh pendidikan setinggi-tingginya. Semoga Allah muliakan.
2. Ibu Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Akuntansi di Politeknik Negeri Jakarta.
3. Bapak Yusep Friya P S, S.E., M.Ak. selaku Ketua Program Studi Akuntansi Keuangan Terapan di Politeknik Negeri Jakarta.
4. Bapak Nedsal Sixpria, S.E., Ak., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dengan ikhlas dan penuh kesabaran untuk membimbing, memberikan masukan serta motivasi kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
5. Teman-teman program studi Akuntansi Keuangan Program Pendidikan Sarjana Terapan Angkatan 2020 kelas A, khususnya sahabat-sahabat saya yang telah berjuang bersama-sama selama hampir empat tahun terakhir ini. Dalam menyelesaikan Program Studi D4 Akuntansi Keuangan, Politeknik Negeri Jakarta.
6. Anggota grup Dunhill yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu, mendukung, dan memberikan motivasi untuk kelancaran penelitian dan penyusunan skripsi ini.
7. Teruntuk orang-orang yang merendahkan penulis dan ibu penulis, terima kasih karena berkat perkataan kalian penulis semakin termotivasi untuk mendapatkan pendidikan setinggi-tingginya.
8. Terakhir terima kasih kepada diri sendiri telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini, mampu mengatur waktu, tenaga, pikiran, serta keuangan dan perekonomian sendiri dengan sangat baik, mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan dan cobaan yang datang. Bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai, menikmati proses yang tidak mudah, dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin.

Semoga segala bantuan, bimbingan, dan pengarahan yang telah diberikan kepada penulis mendapat pahala dan balasan dari Allah SWT dengan kebaikan yang berlipat ganda. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan, maka dari itu kritik serta saran dibutuhkan untuk menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat menambah wawasan dan bermanfaat bagi banyak pihak. Aamiin Yaa Rabbal’Alamin.

Depok, 05 Agustus 2024

Penulis,



Dian Febriyanti

2004431006

# **PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

# **UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademis Politeknik Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dian Febriyanti

NIM : 2004431006

Program Studi : Akuntansi Keuangan Terapan

Jurusan : Akuntansi

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

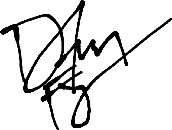
**PENGUKURAN KINERJA DENGAN METODE *BALANCED SCORECARD* PADA PERUSAHAAN INDUSTRI PRODUK PERAWATAN TUBUH YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2020-2023**

Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Politeknik Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia atau mengformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada Tanggal : 05 Agustus 2024



Yang menyatakan

(Dian Febriyanti)

**PENGUKURAN KINERJA DENGAN METODE *BALANCED SCORECARD* PADA PERUSAHAAN INDUSTRI PRODUK PERAWATAN TUBUH YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2020-2023**

**Dian Febriyanti**

Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Keuangan

# **ABSTRAK**

Perkembangan industri kosmetik selama empat tahun terakhir meningkat baik dari sisi jumlah industri maupun pendapatan, membuat daya saing industri kosmetik Indonesia tinggi sehingga perusahaan memerlukan kinerja yang optimal, maka perlu adanya pengukuran kinerja. Metode *balanced scorecard* dipandang sebagai pengukuran kinerja yang lebih komprehensif. Tujuan penelitian untuk mengukur kinerja Perusahaan Industri Produk Perawatan Tubuh yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan metode *balanced scorecard*. Jenis penelitian yaitu kuantitatif deskriptif menggunakan data sekunder berupa laporan tahunan perusahaan periode 2020-2023. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa periode 2020-2021 dan 2021-2022 “kurang baik” dikarenakan terjadi penurunan pada perspektif proses bisnis internal dan tidak terjadi peningkatan pada perspektif finansial serta perspektif pembelajaran dan pertumbuhan, meskipun perspektif pelanggan meningkat, pada periode 2022-2023 “baik” dikarenakan adanya peningkatan pada perspektif finansial, perspektif proses bisnis internal, serta perspektif pembelajaran dan pertumbuhan meskipun perspektif pelanggan sedikit mengalami penurunan. Dari sampel yang diteliti perusahaan dengan kinerja terbaik yaitu PT Unilever Indonesia Tbk karena kinerja keuangan unggul dalam profitabilitas, pangsa pasar yang besar, dan efisiensi operasional yang tinggi.

Kata Kunci: Kinerja Perusahaan, Pengukuran Kinerja, *Balanced Scorecard*.

***PERFORMANCE MEASUREMENT USING THE BALANCED SCORECARD METHOD IN BODY CARE PRODUCT INDUSTRIAL COMPANIES LISTED ON THE INDONESIAN STOCK EXCHANGE PERIOD 2020-2023***

**Dian Febriyanti**

*Bachelor of Applied in Financial Accounting Program*

# ***ABSTRACT***

*Over the past four years, the Indonesian cosmetics industry has seen growth in both the number of companies and revenues, enhancing its competitiveness. Consequently, performance measurement has become crucial. The balanced scorecard method is considered a comprehensive performance evaluation tool. This study aims to measure the performance of Body Care Products Industry Companies listed on the Indonesia Stock Exchange using this method. It is a quantitative descriptive study utilizing secondary data from annual reports of companies for the period 2020-2023. The study found that the periods 2020-2021 and 2021-2022 were “less good” due to declines in the internal business processes perspective and stagnant financial and learning and growth perspectives, despite an increase in the customer perspective. However, the period 2022-2023 was rated “good” because of improvements in the financial, internal business process, and learning and growth perspectives, although the customer perspective saw a slight decline. From the sample studied, the company with the best performance is PT Unilever Indonesia Tbk due to its superior financial performance in terms of profitability, large market share, and high operational efficiency.*

*Key Words:* *Company Performance, Performance Measurement, Balanced Scorecard.*

# **DAFTAR ISI**

[LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS ii](#_Toc173319455)

[LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI iii](#_Toc173319456)

[LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI iv](#_Toc173319457)

[KATA PENGANTAR v](#_Toc173319458)

[PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH vii](#_Toc173319459)

[UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS vii](#_Toc173319460)

[ABSTRAK viii](#_Toc173319461)

[*ABSTRACT* ix](#_Toc173319462)

[DAFTAR ISI x](#_Toc173319463)

[DAFTAR TABEL xii](#_Toc173319464)

[DAFTAR GAMBAR xiii](#_Toc173319465)

[DAFTAR LAMPIRAN xiv](#_Toc173319466)

[BAB 1](#_Toc173319467) [PENDAHULUAN 1](#_Toc173319468)

[1.1 Latar Belakang 1](#_Toc173319469)

[1.2 Rumusan Masalah Penelitian 6](#_Toc173319470)

[1.3 Pertanyaan Penelitian 6](#_Toc173319471)

[1.4 Tujuan Penelitian 6](#_Toc173319472)

[1.5 Manfaat Penelitian 6](#_Toc173319473)

[1.6 Sistematika Penulisan Skripsi 7](#_Toc173319474)

[BAB 2](#_Toc173319475) [TINJAUAN PUSTAKA 9](#_Toc173319476)

[2.1 Pengukuran Kinerja 9](#_Toc173319477)

[2.1.1 Pengertian Pengukuran Kinerja 9](#_Toc173319478)

[2.1.2 Tujuan Pengukuran Kinerja 9](#_Toc173319479)

[2.1.3 Manfaat Pengukuran Kinerja 10](#_Toc173319480)

[2.1.4 Kelemahan Pengukuran Kinerja Tradisional 10](#_Toc173319481)

[2.2 *Balanced Scorecard* 11](#_Toc173319482)

[2.2.1 Pengertian *Balanced Scorecard* 11](#_Toc173319483)

[2.2.2 Manfaat *Balanced Scorecard* 12](#_Toc173319484)

[2.2.3 Perspektif *Balanced Scorecard* 12](#_Toc173319485)

[2.2.4 Standar Pengukuran Kinerja *Balanced Scorecard* 17](#_Toc173319486)

[2.3 Penelitian Terdahulu 18](#_Toc173319487)

[2.4 Kerangka Pemikiran 24](#_Toc173319488)

[BAB 3](#_Toc173319489) [METODE PENELITIAN 25](#_Toc173319490)

[3.1 Jenis Penelitian 25](#_Toc173319491)

[3.2 Objek dan Subjek Penelitian 25](#_Toc173319492)

[3.3 Metode Pengambilan Sampel 26](#_Toc173319493)

[3.4 Jenis dan Sumber Data Penelitian 27](#_Toc173319494)

[3.5 Metode Pengumpulan Data Penelitian 28](#_Toc173319495)

[3.6 Metode Analisis Data 28](#_Toc173319496)

[BAB 4](#_Toc173319497) [HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 32](#_Toc173319498)

[4.1 Hasil Penelitian 32](#_Toc173319499)

[4.1.1 Profil Perusahaan 32](#_Toc173319500)

[4.1.2 Pengukuran Kinerja Metode *Balanced Scorecard* 35](#_Toc173319501)

[4.2 Pembahasan 52](#_Toc173319502)

[BAB 5](#_Toc173319503) [PENUTUP 62](#_Toc173319504)

[5.1 Simpulan 62](#_Toc173319505)

[5.2 Saran 63](#_Toc173319506)

[DAFTAR PUSTAKA 66](#_Toc173319507)

[LAMPIRAN 70](#_Toc173319508)

# **DAFTAR TABEL**

[Tabel 2.1 Penetuan *Score* Berdasarkan *Range* Hasil Pengukuran Kinerja 18](#_Toc173319763)

[Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu 18](#_Toc173319764)

[Tabel 3.1 Pemilihan Sampel 27](#_Toc173319769)

[Tabel 3.2 Sampel Penelitian 27](#_Toc173319770)

[Table 3.3 Penetuan *Score* Berdasarkan *Range* Hasil Pengukuran Kinerja 31](#_Toc173319771)

[Tabel 4.1 Profil Perusahaan Yang Diteliti 32](#_Toc173319774)

[Tabel 4.2 Perhitungan Rata-Rata *Current Ratio* 36](#_Toc173319775)

[Tabel 4.3 Perhitungan Rata-Rata *Debt to Asset Ratio* (DAR) 37](#_Toc173319776)

[Tabel 4.4 Perhitungan Rata-Rata *Return On Asset* (ROA) 38](#_Toc173319777)

[Tabel 4.5 Perhitungan Rata-Rata *Return On Equity* (ROE) 39](#_Toc173319778)

[Tabel 4.6 Perhitungan Rata-Rata *Total Assets Turnover* (TATO) 40](#_Toc173319779)

[Tabel 4.7 Hasil Perhitungan Perspektif Finansial Periode 2020-2023 41](#_Toc173319780)

[Tabel 4.8 Hasil Perhitungan *Scorecard* Periode 2020-2023 42](#_Toc173319781)

[Tabel 4.9 Penerimaan Kas dari Pelanggan Perusahaan Industri Produk Perawatan Tubuh yang Diteliti Periode 2020-2023 44](#_Toc173319782)

[Tabel 4.10 Penentuan *Score* Berdasarkan *Range* Hasil Pengukuran Kinerja Per Tahun Dalam Kurun Waktu 2021-2023 44](#_Toc173319783)

[Tabel 4.11 Jumlah Penghargaan yang Diterima oleh Perusahaan Industri Produk Perawatan Tubuh yang Diteliti 45](#_Toc173319784)

[Tabel 4.12 Penentuan *Score* Berdasarkan *Range* Hasil Pengukuran Kinerja Per Tahun Dalam Kurun Waktu 2021-2023 46](#_Toc173319785)

[Tabel 4.13 Penentuan *Score* Untuk Perspektif Pelanggan Berdasarkan *Range* Hasil Pengukuran Kinerja Per Tahun Dalam Kurun Waktu 2021-2023 47](#_Toc173319786)

[Tabel 4.14 Jumlah Produk Baru Yang Dibuat Oleh Perusahaan Industri Produk Perawatan Tubuh Yang Diteliti 48](#_Toc173319787)

[Tabel 4.15 Penentuan *Score* Berdasarkan *Range* Hasil Pengukuran Kinerja Per Tahun Dalam Kurun Waktu 2021-2023 48](#_Toc173319788)

[Tabel 4.16 Laba Bersih Perusahaan Industri Produk Perawatan Tubuh Yang Diteliti Periode 2020-2023 49](#_Toc173319789)

[Tabel 4.17 Jumlah Karyawan Perusahaan Industri Produk Perawatan Tubuh Yang Diteliti Periode 2020-2023 50](#_Toc173319790)

[Tabel 4.18 Penentuan *Score* Berdasarkan *Range* Hasil Pengukuran Kinerja Per Tahun Dalam Kurun Waktu 2021-2023 51](#_Toc173319791)

[Tabel 4.19 Total *Score* Empat Perspektif *Balanced Scorecard* Perusahaaan Industri Produk Perawatan Tubuh yang Diteliti Periode 2020-2023 51](#_Toc173319792)

# **DAFTAR GAMBAR**

[Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 24](#_Toc173319736)

# **DAFTAR LAMPIRAN**

[Lampiran 1 Perhitungan *Current Ratio* 70](#_Toc173319575)

[Lampiran 2 Perhitungan *Debt to Asset Ratio* (DAR) 71](#_Toc173319576)

[Lampiran 3 Perhitungan *Return On Asset* (ROA) 72](#_Toc173319577)

[Lampiran 4 Perhitungan *Return On Equity* (ROE) 73](#_Toc173319578)

[Lampiran 5 Perhitungan *Total Asset Turn Over* (TATO) 74](#_Toc173319579)

[Lampiran 6 Penerimaan Kas dari Pelanggan 75](#_Toc173319580)

[Lampiran 7 Penghargaan yang Diterima PT Kino Indonesia Tbk Periode 2020-2023 76](#_Toc173319581)

[Lampiran 8 Penghargaan yang Diterima PT Mandom Indonesia Tbk Periode 2020-2023 77](#_Toc173319582)

[Lampiran 9 Penghargaan yang Diterima PT Martina Berto Tbk Periode 2020-2023 78](#_Toc173319583)

[Lampiran 10 Penghargaan yang Diterima PT Mustika Ratu Tbk Periode 2020-2023 79](#_Toc173319584)

[Lampiran 11 Penghargaan yang Diterima PT Unilever Indonesia Tbk Tahun 2020 80](#_Toc173319585)

[Lampiran 12 Penghargaan yang Diterima PT Unilever Indonesia Tbk Tahun 2021 81](#_Toc173319586)

[Lampiran 13 Penghargaan yang Diterima PT Unilever Indonesia Tbk Tahun 2022 82](#_Toc173319587)

[Lampiran 14 Penghargaan yang Diterima PT Unilever Indonesia Tbk Tahun 2023 83](#_Toc173319588)

[Lampiran 15 Penghargaan yang Diterima PT Unilever Indonesia Tbk Tahun 2023 Lanjutan 84](#_Toc173319589)

[Lampiran 16 Penghargaan yang Diterima PT Unilever Indonesia Tbk Tahun 2023 Lanjutan 85](#_Toc173319590)

[Lampiran 17 Produk Baru yang Dihasilkan PT Kino Indonesia Tbk Periode 2020-2023 86](#_Toc173319591)

[Lampiran 18 Produk Baru yang Dihasilkan PT Mandom Indonesia Tbk Periode 2020-2023 87](#_Toc173319592)

[Lampiran 19 Produk Baru yang Dihasilkan PT Martina Berto Tbk Periode 2020-2023 88](#_Toc173319593)

[Lampiran 20 Produk Baru yang Dihasilkan PT Mustika Ratu Tbk Periode 2020-2023 89](#_Toc173319594)

[Lampiran 21 Produk Baru yang Dihasilkan PT Unilever Indonesia Tbk Periode 2020-2023 90](#_Toc173319595)

[Lampiran 22 Jumlah Karyawan Perusahaan Industri Produk Perawatan Tubuh yang Diteliti Periode 2020-2023 91](#_Toc173319596)

# **BAB 1**

# **PENDAHULUAN**

## **Latar Belakang**

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (2023) presentase penduduk Indonesia tahun 2023 dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 49,92% dan jenis kelamin laki-laki sebanyak 50,08%. Penduduk Indonesia didominasi oleh penduduk usia muda, persentase terbesar penduduk baik perempuan maupun laki-laki berada pada kelompok usia 10-14 tahun. Kelompok usia 10-14 tahun untuk penduduk perempuan memiliki presentase sebesar 7,98% sedangkan laki-laki memiliki presentase sebesar 8,30%.

Penduduk Indonesia didominasi oleh penduduk usia muda, dan saat ini penduduk berusia muda memiliki kesadaran akan pentingnya menjaga penampilan dan kesehatan kulit, hal ini didukung oleh survey yang dilakukan oleh ZAP Beauty (2018) dalam penelitian Syauki & Avina (2020) menunjukkan bahwa mayoritas perempuan memulai konsumsi skincare sejak berusia kurang dari 13 tahun dengan presentase sebesar 2,1%. Survey juga menunjukkan pengguna skincare utama adalah konsumen perempuan pada rentang usia 19 – 23 tahun dengan presentase sebesar 35,7%, usia yang masuk pada kategori generasi milenial, sedangkan usia >35 tahun pertama kali mulai menggunakan skincare memiliki presentase sebesar 1,3%. Sementara itu, penduduk Indonesia dengan usia produktif 15-64 tahun yang akan menjadi target pasar konsumen kosmetik pada tahun 2022 sekitar 69,16% dari seluruh penduduk Indonesia (Ferdinand & Ciptono, 2022).

Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terutama penduduk usia muda akan pentingnya menjaga penampilan dan kesehatan kulit, membuat industri kecantikan nasional mengalami perkembangan dengan melahirkan banyak brand kosmetik lokal. Tren penggunaan produk lokal juga menjadi indikasi meningkatnya kualitas produk yang mampu bersaing dengan berbagai brand dari luar negeri (CNBC Indonesia, 2024). Disamping itu juga sangat bergantung pada inovasi yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan industri kosmetik yang ada di Indonesia untuk membuat produk kecantikan yang terbaik (Suryandari, 2024).

Besarnya potensi dan peluang industri kecantikan di Indonesia membuat usaha dibidang kecantikan tumbuh subur terbukti selama empat tahun terakhir perkembangan industri kosmetik ini mengalami pertumbuhan yang cukup tinggi, di tahun 2020 perusahan industri kosmetik hanya 726, tahun 2021 meningkat 12,81% menjadi 819 perusahaan, tahun 2022 meningkat 11,48% menjadi 913 perusahaan, dan di tahun 2023 meningkat 13,80% menjadi 1.039 perusahan. Sehingga dapat dikatakan bahwa tren pertumbuhan perusahaan industri kosmetik dari tahun 2020 sampai 2023 meningkat, dengan rata-rata peningkatan industri kosmetik dari 2020 sampai 2023 yaitu sebesar 12,70% (Suryandari, 2024). Peningkatan jumlah pelaku usaha di industri kosmetik tersebut didominasi oleh sektor UMKM yakni sebesar 83%. Pelaku industri kecantikan tetap tak kehilangan konsumen meskipun sebagian besar orang menghabiskan waktu di rumah saat gelombang awal pandemi hal ini disebabkan oleh tingginya minat wanita dalam mempercantik, menjaga dan merawat diri mereka (Hasibuan, 2022).

Pertumbuhan perusahaan industri kosmetik di Indonesia mengalami peningkatan diikuti dengan peningkatan dari sudut pendapatan industri kecantikan Indonesia. Pendapatan industri kecantikan Indonesia dari tahun 2020 ke 2021 meningkat sebesar 6,6%, dari tahun 2021 ke 2022 meningkat sebesar 13,7%, dari tahun 2022 ke 2023 meningkat sebesar 9,8%. Dalam empat tahun terakhir tren pendapatan industri kecantikan RI meningkat dari 2020 ke 2021 meningkat sebesar 1,065M USD, dari tahun 2020 ke 2022 meningkat sebesar 1,212M USD, dari tahun 2020 ke 2023 meningkat sebesar 1,330M USD. Dengan rata-rata peningkatan pendapatan industri kecantikan dari tahun 2020 ke 2023 sebesar 10% (Suryandari, 2024).

Kenaikan yang cukup besar dan dipastikan untuk industri kosmetik selalu tumbuh seiiring dengan semakin tingginya *demand* masyarakat terkait kosmetik itu sendiri. Kosmetik tidak hanya sekedar makeup namun di dalam nya terdapat perawatan tubuh (*skincare*) (Suryandari, 2024). Pasar kosmetik dipimpin oleh tren, saat ini tren kosmetik telah beralih ke produk perawatan kulit dan riasan yang mengandung bahan untuk perawatan kulit. Pelaku industri percaya bahwa kosmetik telah beralih dari kebutuhan sekunder menjadi kebutuhan primer (Ferdinand & Ciptono, 2022). Hal ini terbukti karena perusahaan industri produk perawatan tubuh yang terdaftar pada bursa efek Indonesia (BEI) masuk dalam sektor *consumer non-cyclicals* (barang konsumen primer) artinya produk kebutuhan pokok yang selalu dibutuhkan masyarakat.

Adanya peningkatan jumlah perusahaan industri kecantikan di Indonesia dalam empat tahun terakhir membuat daya saing industri kosmetik Indonesia tinggi sehingga terjadi persaingan yang sangat ketat. Inovasi produk merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan dalam industri kosmetik Indonesia sehingga menjadi hal yang wajib dilakukan dalam menjaga keberlangsungan bisnis kosmetik (Ferdinand & Ciptono, 2022). Didukung oleh penelitian *Spire Research and Consulting* dalamFerdinand & Ciptono (2022) yang menyatakanbahwa inovasi merupakan salah satu faktor utama perkembangan industri kosmetik di Indonesia. Pengembangan usaha perlu dilakukan agar produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat bersaing dengan produk lain (Utama & Breliastiti, 2016), hal ini menuntut perusahaan untuk lebih produktif, inovatif, dan kreatif. Dampak positif dari inovasi produk yaitu dapat meningkatkan minat pelanggan yang pada akhirnya dapat meningkatkan kinerja finansial perusahaan melalui peningkatan pendapatan.

Perusahaan yang dapat bertahan dalam persaingan hanyalah perusahaan yang memiliki standar kinerja yang tinggi dan mampu menghasilkan keuntungan dalam jangka panjang (Utama & Breliastiti, 2016). Sehingga perusahaan memerlukan kinerja yang optimal artinya perusahaan beroperasi dengan efektif dan efisien untuk mencapai tujuan strategisnya dan mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis untuk meraih kesuksesan jangka panjang. Guna mencapai target perusahaan, perlu adanya pengukuran dalam penilaian kinerja, pengukuran kinerja perusahaan menjadi hal yang sangat penting bagi manajemen untuk melakukan evaluasi terhadap performa perusahaan dan perencanan tujuan di masa mendatang (Ondang et al., 2021). Pengukuran kinerja perusahaan umumnya hanya melihat dampak pada peningkatan kinerja keuangan sehingga biasanya pengukuran kinerja perusahaan dilakukan dengan melakukan analisis aspek keuangan atau disebut dengan pengukuran kinerja dengan metode tradisional. Pengukuran kinerja dengan metode tradisional hanya menitikberatkan pada kinerja keuangan saja atau untuk jangka pendek dan cenderung kurang memperhatikan kinerja non keuangan bagi kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang (Brilianti et al., 2019). Menurut Zega (2018) pengukuran kinerja tradisional kurang mengungkapkan faktor-faktor yang mendasari kinerja keuangan serta sulitnya mengukur aset tak berwujud (*intangible asset*) dan harta intelektual (sumber daya manusia) perusahaan. Menurut Susetyo & Sabakula (2014) pengukuran kinerja tradisional terlalu fokus pada aspek keuangan dapat membuat perusahaan hanya memprioritaskan pencapaian keuntungan dalam jangka pendek, sehingga kurang mampu menjalani persaingan pasar dengan baik. Dapat disimpulkan bahwa pengukuran kinerja tradisional kurang komprehensif karena hanya menggambarkan dari perspektif internal saja tidak menggambarkan bagaimana perspektif eksternal mendukung perspektif internal dengan kata lain hanya fokus pada apa yang terjadi bukan pada mengapa hal tersebut dapat terjadi.

Pentingnya untuk memperhatikan juga aspek non-keuangan dalam meningkatkan performa perusahaan maka diperlukan sistem pengukuran kinerja yang melibatkan berbagai perspektif secara komprehensif (Ciptani, 2000). Robert S. Kaplan dan David P. Norton pada 1996 memperkenalkan pengukuran kinerja metode *Balanced Scorecard* sebagai penyempurna atas kelemahan pengukuran kinerja tradisional, karena *Balanced Scorecard* dapat menunjukkan adanya keseimbangan antara sisi keuangan dan non-keuangan, jangka pendek dan jangka panjang serta melibatkan faktor internal dan eksternal (Utama & Breliastiti, 2016). Didukung oleh penelitian Ondang et al (2021) yang membandingkan pengukuran kinerja dengan metode tradisional dan metode *Balanced Scorecard* pada PT Buana Finance Tbk dan dari hasil yang didapatkan bahwa pengukuran kinerja *Balanced Scorecard* lebih disarankan untuk terus digunakan oleh perusahaan PT Buana Finance Tbk dikarenakan dalam perkembangan perusahaan saat ini, dilihat bukan hanya pengukuran dari sisi keuangan saja tetapi di butuhkan juga pengukuran dari sisi non keuangan yaitu pelanggan, proses bisnis internal, pembelajaran dan pertumbuhan untuk membantu perkembangan perusahaan kedepannya.

Jumlah perusahaan industri kosmetik di Indonesia pada tahun 2018 meningkat sebesar 20% mencapai 760 perusahaan (Investor Daily, 2018), tahun 2019 meningkat menjadi 797 perusahaan (Koran Tempo, 2020), tahun 2020 perusahan industri kosmetik hanya 726, tahun 2021 meningkat 12,8% menjadi 819 perusahaan (Suryandari, 2024). Peningkatan jumlah industri kosmetik di Indonesia pada tahun 2018 sampai dengan 2021 tidak didukung dengan adanya peningkatan kinerja perusahaan hal ini berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ananda & Pandin (2023) dan Natasya & Siagian (2022) yang mengukur kinerja perusahaan industri kosmetik dari empat perspektif *Balanced Scorecard* yaitu perspektif finansial, perspektif pelanggan, pespektif proses bisnis internal, serta perspektif pembelajaran dan pertumbuhan. Penelitian Ananda & Pandin (2023) pada PT Unilever Indonesia Tbk periode 2018-2021 (data sebelum pandemi covid-19 dan selama pandemi covid-19) memperoleh hasil untuk masing-masing perspektif kinerja perusahaan mengalami penurunan setiap tahun, penurunan kinerja tersebut disebabkan karena adanya pandemi covid-19 dan pengurangan karyawan sehingga kinerja perusahaan menurun. Hasil penelitian Natasya & Siagian (2022) pada Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga periode 2018-2020 diketahui bahwa untuk perspektif finansial, perspektif pelanggan, dan perspektif internal bisnis periode 2019-2018 kinerja perusahaan masuk dalam kategori baik tetapi pada periode 2020-2019 mengalami penurunan dari tahun sebelumnya menjadi kategori kurang baik hal ini dikarenakan adanya covid-19 sehingga mempengaruhi kinerja perusahaan dan menyebabkan perusahaan mengalami kerugian pada tahun 2020. Untuk perspektif pembelajaran dan pertumbuhan tidak terjadi peningkatan dalam hal konstribusi karyawan untuk dapat meningkatkan pendapatan perusahaan sehingga kinerja perusahaan pada perspektif ini kurang baik.

Perusahaan industri kosmetik Indonesia terus tumbuh meski adanya pandemi covid-19, namun penelitian terdahulu menunjukkan bahwa adanya covid-19 menjadi faktor yang mempengaruhi menurunnya kinerja keuangan dan non-keuangan perusahaan. Berdasarkan fenomena tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengukuran Kinerja dengan Metode *Balanced Scorecard* pada Perusahaan Industri Produk Perawatan Tubuh yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2023”**.

## **Rumusan Masalah Penelitian**

Adanya fenomena pertumbuhan perusahaan industri kosmetik sehingga terjadi persaingan yang sangat ketat pada industri kosmetik saat ini, bahkan dimasa covid-19 industri kosmetik terus tumbuh. Dengan adanya peningkatan pertumbuhan perusahaan industri kosmetik dan pendapatan industri kecantikan saat masa covid-19 apakah hal tersebut diikuti dengan meningkatnya kinerja perusahaan baik dari aspek keuangan maupun non-keuangan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Natasya & Siagian (2022) menunjukkan bahwa pada masa covid-19 kinerja perusahaan baik dari aspek keuangan maupun non-keuangan menurun dan berada pada kriteria kurang baik. Setelah berlalunya masa covid-19 apakah kinerja perusahaan industri kosmetik berhasil pulih meningkat menjadi kriteria cukup baik, atau tetap berada pada kriteria kurang baik, oleh karena itu menjadi penting untuk melakukan penelitian menggunakan metode *balanced scorecard*.

## **Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, sehingga menimbulkan pertanyaan penelitian yaitu bagaimana kinerja Perusahaan Industri Produk Perawatan Tubuh yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2023? Kinerja diukur menggunakan metode *balanced scorecard* dengan empat perspektif yaitu perspektif finansial, perspektif pelanggan, perspektif proses bisnis internal, serta perspektif pembelajaran dan pertumbuhan.

## **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan di atas, penulis merumuskan tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengukur kinerja Perusahaan Industri Produk Perawatan Tubuh yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2023 dari empat perspektif antara lain perspektif finansial, perspektif pelanggan, perspektif proses bisnis internal, serta perspektif pembelajaran dan pertumbuhan, menggunakan metode *balanced scorecard*.

## **Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran dan menjadi sumber informasi tentang metode *balanced scorecard* untuk mengukur kinerja perusahaan, serta diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya.

1. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi calon investor untuk membeli saham Perusahaan Industri Produk Perawatan Tubuh yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tidak hanya dilihat dari perspektif finansial tetapi dilihat juga dari perspektif non-finansial *balanced scorecard*.

## **Sistematika Penulisan Skripsi**

Sistematika penulisan skripsi berisi penjelasan singkat setiap bab sehingga dapat memberikan gambaran mengenai penelitian ini secara menyeluruh sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang yang menjelaskan alasan penelitian dilakukan, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi landasan teori mengenai konsep dan teori yang digunakan untuk penelitian ini, penelitian terdahulu yang menjadi rujukan penelitian, dan kerangka pemikiran yang menggambarkan alur pemikiran peneliti.

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Metode penelitian memuat jenis penelitian, objek penelitian, metode pengambilan sampel, jenis dan sumber data penelitian, metode pengumpulan data penelitian, serta metode analisis data.

BAB 4 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi paparan mengenai hasil yang diperoleh atau temuan peneliti yang berkaitan dengan objek penelitian, data penelitian dan hasil pengolahan data, yang menjadi jawaban atas rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya.

BAB 5 : PENUTUP

Bab ini berisi simpulan yang merupakan ringkasan hasil penelitian, dan saran yang merupakan perbaikan kondisi serta penyelesaian masalah bagi objek penelitian berdasarkan hasil penelitian maupun saran untuk peneliti selanjutnya untuk mengatasi keterbatasan yang ada dalam penelitian ini sehingga dapat menyempurnakan penelitian ini.

# **BAB 5**

# **PENUTUP**

## **Simpulan**

Berdasarkan pertanyaan penelitian dan tujuan penelitian serta hasil pengukuran kinerja yang dilakukan menggunakan empat perspektif *balanced scorecard* diketahui bahwa kinerja perusahaan industri produk perawatan tubuh yang diteliti periode 2020-2021 memperoleh *score* 14, periode 2021-2022 stagnan tetap memperoleh *score* 14, periode 2022-2023 memperoleh *score* 19. Telah dilakukan *scoring* berdasarkan peningkatan atau penurunan kinerja perusahaan dapat disimpulkan bahwa kinerja Perusahaan Industri Produk Perawatan Tubuh yang Diteliti pada periode 2020-2021 dan 2021-2022 “kurang baik” dikarenakan terjadi penurunan pada perspektif proses bisnis internal dan tidak terjadi peningkatan pada perspektif finansial serta perspektif pembelajaran dan pertumbuhan, meskipun perspektif pelanggan meningkat. Kinerja Perusahaan Industri Produk Perawatan Tubuh yang Diteliti pada periode 2022-2023 “baik”, dikarenakan adanya peningkatan pada perspektif finansial, perspektif proses bisnis internal, serta perspektif pembelajaran dan pertumbuhan meskipun perspektif pelanggan sedikit mengalami penurunan.

Dapat disimpulkan pada perspektif pembelajaran dan pertumbuhan meskipun terjadi penurunan jumlah karyawan yang dapat disebabkan oleh pengurangan karyawan usia pensiun, perusahaan berupaya dengan meningkatan pelatihan dan pengembangan kemampuan karyawan untuk mendorong inovasi dan pengembangan produk baru, hal ini berkontribusi kepada perspektif proses bisnis internal untuk inovasi produk dan peningkatan kualitas, yang dapat meningkatkan penghargaan produk dan penjualan artinya perspektif proses bisnis internal berkontribusi kepada perspektif pelanggan meskipun tidak serta-merta meningkatan volume penjualan karena dampaknya membutuhkan waktu, peningkatan penghargaan produk dan penerimaan kas dari pelanggan berkontribusi pada peningkatan rasio keuangan artinya perspektif pelanggan berkontribusi kepada perspektif finansial, meskipun perspektif finansial dipengaruhi juga dengan akun lain-lain.

Berdasarkan rumusan masalah dapat disimpulkan bahwa kinerja Perusahaan Industri Produk Perawatan Tubuh yang Diteliti setelah berlalunya covid yaitu 2022-2023 lebih baik dibandingkan saat covid dan masa pemulihannya yaitu 2020-2021 dan 2021-2022.

Dapat disimpulkan perusahaan terbaik untuk berinvestasi dari keempat perspektif bagi investor yang mencari perusahaan dengan kinerja keuangan yang kuat unggul dalam profitabilitas dimana ROA dan ROE tertinggi, pangsa pasar yang besar mampu menjaga loyalitas pelanggan, dan efisiensi operasional yang tinggi mampu mengelola sumber daya dengan efektif PT Unilever Indonesia Tbk menjadi pilihan terbaik meskipun memiliki risiko terkait dengan tingginya tingkat utang dan likuiditas yang rendah namun hal ini juga menunjukkan bahwa perusahaan mampu menggunakan utang secara efektif untuk menghasilkan keuntungan yang signifikan. Bagi investor yang mencari perusahaan dengan likuiditas yang tinggi dan tingkat utang yang rendah dapat memilih PT Mustika Ratu Tbk dan PT Mandom Indonesia Tbk selain itu dua perusahaan tersebut unggul dalam inovasi produk.

## **Saran**

Saran yang dapat dijadikan masukan untuk Perusahaan Industri Produk Perawatan Tubuh yang Diteliti yaitu dengan lebih meningkatkan kinerja dari momentum perbaikan kinerja setelah pandemi dengan meningkatkan volume penjualan yang dapat dilakukan dengan cara:

1. Meningkatkan komunikasi antara tim marketing dengan tim R&D dan produksi untuk memahami keunggulan produk baru;
2. Pengembangan keterampilan *soft skill* tim marketing dengan menerapkan teknik *storytelling* yang kuat dalam pemasaran untuk menciptakan koneksi emosional dengan pelanggan;
3. Tawarkan kemasan trial *size* untuk produk baru agar konsumen dapat mencoba dengan resiko rendah atau dapat dengan memanfaatkan tekonologi *Augmented Reality* (AR) agar pelanggan dapat mencoba produk baru secara *virtual* dan sediakan layanan konsultasi online gratis untuk membantu pelanggan memilih produk yang tepat; dan
4. Membuat paket *bundling* yang menarik menggabungkan produk baru dengan produk *best-seller*.

Dengan menerapkan strategi-strategi tersebut perusahaan dapat meningkatkan pemasaran yang pada akhirnya mendorong peningkatan volume penjualan. Langkah ini tidak hanya membantu menyeimbangkan perspektif proses bisnis internal dengan perspektif pelanggan dan finansial, tapi juga tetap fokus pada pengembangan kompetensi tim marketing dan tim produksi sebagai bagian dari perspektif pembelajaran dan pertumbuhan. Dengan demikian, perusahaan dapat mengoptimalkan kinerja secara menyeluruh di berbagai perspektif.

Saran untuk masing-masing perusahaan:

* + 1. PT Kino Indonesia Tbk, tingkatkan profitabilitas dengan mengevaluasi seluruh struktur biaya untuk mengidentifikasi penghematan, kemudian investasi dalam R&D untuk menghasilkan lebih banyak produk baru yang inovatif.
    2. PT Mandom Indonesia Tbk, tingkatkan profitabilitas sambil mempertahankan likuiditas yang baik dengan mengidentifikasi produk dengan margin yang tinggi dan fokus pada pemasarannya dengan membuat *bundling* produk yang menarik atau dengan membuat program loyalitas, kemudian perluas pangsa pasar dapat dengan meningkatkan investasi dalam pemasaran digital termasuk kampanye edukasi dan *influencer* untuk produk perawatan kulit pria.
    3. PT Martina Berto Tbk mengembangkan program peningkatan keterampilan karyawan melalui pelatihan dan pengembangan untuk meningkatkan produktivitas karyawan, mengidentifikasi produk yang masih memiliki potensi pasar dan yang sudah tidak relevan dan melakukan riset pasar untuk memahami kebutuhan dan minat konsumen saat ini, meningkatkan kualitas produk berdasarkan umpan balik pelanggan dan tren pasar.
    4. PT Mustika Ratu Tbk melakukan pelatihan keterampilan teknis dan *soft skill*, evaluasi strategi penetapan harga, analisis penilaian terhadap kebijakan kredit pelanggan.
    5. PT Unilever Indonesia Tbk tingkatkan likuiditas dan kurangi tingkat utang dengan gunakan sebagian laba untuk melunasi utang jangka pendek, optimalkan manajemen modal kerja dengan meningkatkan efisiensi penagihan piutang dan manajemen persediaan.

Saran untuk peneliti selanjutnya dalam mengukur kinerja perusahaan menggunakan metode *balanced scorecard* sebaiknya fokus pada satu perusahaan, jika menggunakan perusahaan industri atau sub sektor disarankan menambah kriteria pemilihan sampel berupa ukuran perusahaan, perusahaan yang besar saja atau perusahaan yang kecil saja dapat dilihat dari sudut jumlah asset atau laba bersihnya. Kemudian selain menggunakan data sekunder disarankan menggunakan data primer terutama untuk perspektif pelanggan serta perspektif pembelajaran dan pertumbuhan dapat berupa survey atau kuisioner kepada pelanggan dan karyawan karena akan lebih menggambarkan kepuasan pelanggan dan karyawan. Untuk mengukur perspektif proses bisnis internal tambahkan indikator proses operasi, dan proses layanan purna jual.

# **DAFTAR PUSTAKA**

Ananda, N., & Pandin, R. M. Y. (2023). METODE BALANCED SCORECARD (BSC) SEBAGAI ALAT PENGUKURAN KINERJA PERUSAHAAN PADA PT UNILEVER INDONESIA TBK. *Menur Pumpungan, Kec. Sukolilo, Kota SBY*, *1*(2), 60118.

Badan Pusat Statistik. (2023). *perempuan-dan-laki-laki-di-indonesia-2023*. *14*.

Brilianti, V., Astuti, N., & Pratama, M. I. (2019). *ANALISIS BALANCED SCORECARD DALAM RANGKA MENGUKUR PERFORMA MANAGERIAL PERUSAHAAN (STUDI KASUS PT WARAJAY INTER NUSA)*. www.stie-ibek.ac.id

Ciptani, M. K. (2000). *BALANCED SCORECARD SEBAGAI PENGUKURAN KINERJA MASA DEPAN: SUATU PENGANTAR*. https://ojs.petra.ac.id/ojsnew/index.php/aku/article/view/15665

CNBC Indonesia. (2024). Kinclong Industri Kecantikan Tanah Air. In *CNBC Indonesia* . https://www.youtube.com/watch?v=XYHev7Nk44g&t=277s

Fanany, M. A. (2021). *PENGUKURAN KINERJA PERUSAHAAN DENGAN METODE BALANCED SCORECARD PADA PT XYZ*.

Ferdinand, M., & Ciptono, W. S. (2022). Indonesia’s Cosmetics Industry Attractiveness, Competitiveness and Critical Success Factor Analysis. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, *15*(2), 209–223. https://doi.org/10.20473/jmtt.v15i2.37451

Hardani, S. Pd. ,M. S., & et al. (2020). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif*.

Hasibuan, L. (2022, November 4). Industri Kecantikan Tahan Krisis, Laris Manis Meski Pandemi. *CNBC Indonesia*. Ht3tps://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20221104104902-33-385138/industri-kecantikan-tahan-kriis-laris-manis-meski-pandemi

Herry, S. E. , M. Si. , CRP. , RSA. , CFRM. (2017). *Balanced Scorecard for Business* (O. Heriyani, Ed.). PT Grasindo.

Ikatan Akuntan Indonesia. (2019). *MODUL LEVEL DASAR (CAFB) AKUNTANSI BIAYA DAN MANAJEMEN* (2019th ed.). Ikatan Akuntan Indonesia. https://web.iaiglobal.or.id/assets/materi/Sertifikasi/CA/modul/abm/index.html#p=122

Investor Daily. (2018, March 20). *Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20%*. Kementerian Perindustrian. https://kemenperin.go.id/artikel/18957/industri-kosmetik-nasional-tumbuh-20#:~:text=JAKARTA%20%E2%80%93%20Industri%20kosmetik%20nasional%20mencatatkan%20kenaikan%20pertumbuhan,mulai%20memperhatikan%20produk%20perawatan%20tubuh%20sebagai%20kebutuhan%20utama.

Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2020). *MENERAPKAN STRATEGI MENJADI AKSI BALANCED SCORECARD* (Y. S. E. Sumiharti & W. C. Kristiaji, Eds.; 2020th ed.). Erlangga.

Koesmowidjojo, S. R. M. (2017). *Balanced Scorecard Model Pengukuran Kinerja Organisasi Dengan Empat Perspektif* (Andriansyah, Ed.). Raih Asa Sukses (Penebar Swadaya Grup).

Koran Tempo. (2020, January 27). *Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik*. Kementerian Perindustrian. https://kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik#:~:text=JAKARTA%20-%20Setelah%20mencatat%20pertumbuhan%20tujuh%20persen%20sepanjang,pada%20perluasan%20ragam%20jenis%20kosmetik%20serta%20personal%20care.

Natasya, E. E., & Siagian, V. (2022). Analisis Penerapan Balance Scorecard Sebagai Suatu Sistem Penilaian Kinerja Perusahaan Pada Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2018-2020. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, *5*(2), 139. https://doi.org/10.35914/jemma.v5i2.1175

Ondang, R. E., Ilat, V., & Kindangen, W. D. (2021). ANALISIS PERBANDINGAN PENGUKURAN KINERJA DENGAN METODE TRADISIONAL DAN METODE BALANCED SCORECARD PADA PT. BUANA FINANCE TBK. In *576 Jurnal EMBA* (Vol. 9, Issue 3).

Rahmawati, R. (2019). *Mengenal Balanced Scorecard*. https://www.youtube.com/watch?v=SRljbwsZlag

Riyana, D. (2017). PENGUKURAN KINERJA PERUSAHAAN PT INDOFOOD DENGAN MENGGUNAKAN BALANCED SCORECARD. *Jurnal Sekuritas*, *1*(2), 42–53.

Sagala, S. A., & Siagian, V. (2021). Penilaian Kinerja Menggunakan Metode Balanced Scorecard Pada Perusahaan Sektor Farmasi Sebelum dan Semasa Covid (2019-2020) yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, *19*(2). https://doi.org/10.31294/jp.v17i2

Sucahyo, W. A., & Ardyanfitri, H. (2021). *Pengukuran Kinerja Perusahaan PT Indofood Sukses Makmur Tbk Periode 2017 – 2019 Dengan Menggunakan Balanced Scorecard*. https://www.researchgate.net/publication/357016564

Sugiyono. (2008, January 13). *Pengertian Sampel Menurut Para Ahli dan Secara Umum*. Mediabelajar.Co.Id. https://materibelajar.co.id/pengertian-sampel-menurut-para-ahli/#1\_Sugiyono\_2008\_118

Suryandari, E. (2024). *Kinclong Industri Kecantikan Tanah Air*. CNBC Indonesia. https://www.youtube.com/watch?v=XYHev7Nk44g&t=277s

Susetyo, J., & Sabakula, A. U. L. (2014). PENGUKURAN KINERJA DENGAN MENGGUNAKAN BALANCED SCORECARD DAN INTEGRATED PERFORMANCE MEASUREMENT SYSTEM (IPMS). *Teknologi*, *7*. https://www.academia.edu/34860622/PENGUKURAN\_KINERJA\_DENGAN\_MENGGUNAKAN\_BALANCED\_SCORECARD\_DAN\_INTEGRATED\_PERFORMANCE\_MEASUREMENT\_SYSTEM\_IPMS

Syauki, W. R., & Avina, D. A. A. (2020). Persepsi dan preferensi penggunaan skincare pada perempuan milenial dalam perspektif komunikasi pemasaran. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, *4*(2).

Tuszahro, F. (2023). *ANALISIS PENGUKURAN KINERJA KOPERASI MENGGUNAKAN METODE BALANCED SCORECARD (STUDI KASUS PADA KSPPS BMT BERKAH MADANI)*.

Utama, M. D., & Breliastiti, R. (2016). PENERAPAN BALANCED SCORECARD PADA PERUSAHAAN JASA DI INDONESIA. In *Jurnal Akuntansi Bisnis* (Vol. 9, Issue 1). https://journal.ubm.ac.id/index.php/akuntansi-bisnis/article/view/871/771

Zega, E. E. P. (2018). *PENERAPAN BALANCED SCORECARD SEBAGAI SUATU SISTEM PENILAIAN KINERJA PADA RUMAH SAKIT UMUM DAERAH GUNUNGSITOLI*. https://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/834

# **LAMPIRAN**

Lampiran 1 Perhitungan Current Ratio



Lampiran 2 Perhitungan Debt to Asset Ratio (DAR)



Lampiran 3 Perhitungan Return On Asset (ROA)



Lampiran 4 Perhitungan Return On Equity (ROE)



Lampiran 5 Perhitungan Total Asset Turn Over (TATO)



Lampiran 6 Penerimaan Kas dari Pelanggan



Lampiran 7 Penghargaan yang Diterima PT Kino Indonesia Tbk Periode 2020-2023



Lampiran 8 Penghargaan yang Diterima PT Mandom Indonesia Tbk Periode 2020-2023



Lampiran 9 Penghargaan yang Diterima PT Martina Berto Tbk Periode 2020-2023



Lampiran 10 Penghargaan yang Diterima PT Mustika Ratu Tbk Periode 2020-2023



Lampiran 11 Penghargaan yang Diterima PT Unilever Indonesia Tbk Tahun 2020



Lampiran 12 Penghargaan yang Diterima PT Unilever Indonesia Tbk Tahun 2021



Lampiran 13 Penghargaan yang Diterima PT Unilever Indonesia Tbk Tahun 2022



Lampiran 14 Penghargaan yang Diterima PT Unilever Indonesia Tbk Tahun 2023



Lampiran 15 Penghargaan yang Diterima PT Unilever Indonesia Tbk Tahun 2023 Lanjutan



Lampiran 16 Penghargaan yang Diterima PT Unilever Indonesia Tbk Tahun 2023 Lanjutan



Lampiran 17 Produk Baru yang Dihasilkan PT Kino Indonesia Tbk Periode 2020-2023



Lampiran 18 Produk Baru yang Dihasilkan PT Mandom Indonesia Tbk Periode 2020-2023



Lampiran 19 Produk Baru yang Dihasilkan PT Martina Berto Tbk Periode 2020-2023



Lampiran 20 Produk Baru yang Dihasilkan PT Mustika Ratu Tbk Periode 2020-2023



Lampiran 21 Produk Baru yang Dihasilkan PT Unilever Indonesia Tbk Periode 2020-2023



Lampiran 22 Jumlah Karyawan Perusahaan Industri Produk Perawatan Tubuh yang Diteliti Periode 2020-2023

