



## Validasi Instrumen Evaluasi Kinerja di PT DUNKIN DONUT dengan menggunakan Metode Balance ScoreCard

Maesyaroh Rasyid<sup>1</sup>, Diana Niati Manalu<sup>2</sup>, Syamsul Hidayat<sup>3</sup>

<sup>1-3</sup> Universitas Bina Bangsa

Alamat: JL Raya Serang - Jakarta, KM. 03 No. 1B, Panancangan, Kec. Cipocok Jaya, Kota Serang, Banten 42124

Korespondensi penulis: [maesyarohrasyid@email.com](mailto:maesyarohrasyid@email.com)

**Abstract.** *Goals Performance measurement is a process used to assess the extent to which an individual or organization has achieved the goals that have been set. Existing research explains the relationship between price, promotion, satisfaction, and loyalty, but many aim to explore one aspect without considering the dynamics of the interaction between price and promotion. In some contexts, lower prices are not always matched by high levels of satisfaction, indicating the need for further research. The Balanced Scorecard method can also be used to measure company performance. PT Dunkin Donat is a private company operating in the well-known food and beverage sector. To be able to have an advantage in rapid business competition, PT Dunkin Donat Unggul needs to have an appropriate performance measurement system framework. The following are the research results: 1). Service: The service provided by Dunkin Donuts is considered quite good for consumer needs, 2). Facilities: the facilities provided to consumers are considered quite good in terms of cleanliness and comfort, 3). Menu: the menu served by Dunkin Donuts is quite good because there are various types of menus that suit consumer tastes, dan 4). Appearance: the appearance of Dunkin Donuts employees is quite good because they look attractive so that consumers feel comfortable.*

**Keywords:** *consumer satisfaction, dunkin donut performance evaluation, Balanced Scorecard Method.*

**Abstrak.** Tujuan Pengukuran kinerja merupakan proses yang digunakan untuk menilai sejauh mana pencapaian individu atau organisasi terhadap tujuan yang telah ditetapkan. Penelitian yang ada menjelaskan hubungan antara harga, promosi, kepuasan, dan loyalitas, namun banyak yang bertujuan untuk mengeksplorasi satu aspek tanpa mempertimbangkan dinamika interaksi antara harga dan promosi. Dalam beberapa konteks, harga yang lebih rendah tidak selalu diimbangi dengan tingkat kepuasan yang tinggi, yang menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut. Metode Balanced Scorecard juga dapat digunakan untuk mengukur kinerja Perusahaan. PT Dunkin Donat merupakan perusahaan swasta yang bergerak dibidang makanan dan minuman ternama. Untuk dapat memiliki keunggulan dalam persaingan bisnis yang pesat, PT Dunkin Donat Unggul perlu memiliki kerangka kerja sistem pengukuran kinerja yang tepat. Adapun Hasil Penelitian yang diperoleh Sebagai Berikut: 1). Pelayanan : Pelayana yang di berikan oleh dunkin donut dirasa cukup baik kepada kebutuhan konsumen, 2) Fasilitas : fasilitas yang diberikan kepada konsumen dirasa cukup baik dari segi kebersihan , kenyamanan, 3) Menu : menu yang disajikan oleh dunkin donut cukup baik karena terdapat berbagai jenis menu yang sesuai dengan selera konsumen, dan 4) Penampilan : penampilan karyawan dunkin donut cukup baik karena berpenampilan menarik sehingga konsumen merasa nyaman.

**Kata kunci:** Kepuasan Konsumen, Evaluasi Kinerja Dunkin Donut, Metode Balanced Scorecard.

### 1. LATAR BELAKANG

PT Dunkin' Donuts merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang makanan dan minuman cepat saji, dengan fokus pada donat dan kopi. Evaluasi kinerja diadakan secara berkala untuk meningkatkan efektivitas operasional, produktivitas karyawan, dan kualitas layanan. Evaluasi ini penting untuk memastikan bahwa karyawan

bekerja sesuai dengan tujuan perusahaan dan untuk menemukan peluang perbaikan di berbagai aspek.

Balanced Scorecard (BSC) untuk Dunkin' Donuts mencakup upaya perusahaan untuk meningkatkan kinerja jangka panjang dan keberlanjutan. Balanced Scorecard adalah alat manajerial yang digunakan untuk mengukur kinerja suatu organisasi dari berbagai perspektif. Konsep BSC membantu perusahaan untuk tidak hanya fokus pada aspek keuangan, tetapi juga pada aspek lain yang penting, seperti pelanggan, proses internal, serta pembelajaran dan pertumbuhan.

Dalam konteks Dunkin' Donuts, penggunaan Balanced Scorecard dapat dilihat melalui empat perspektif berikut:

1) Perspektif Keuangan:

Dunkin' Donuts dapat mengukur kinerja keuangannya dengan menganalisis pendapatan, profitabilitas, dan pengelolaan biaya. Misalnya, memonitor pertumbuhan pendapatan dari penjualan produk baru atau ekspansi ke pasar internasional.

2) Perspektif Pelanggan:

Ini berkaitan dengan kepuasan pelanggan, loyalitas, dan hubungan pelanggan. Dunkin' Donuts bisa menilai bagaimana mereka memenuhi harapan konsumen, misalnya melalui kualitas produk, kecepatan pelayanan, dan inovasi produk untuk menarik lebih banyak pelanggan.

3) Perspektif Proses Internal:

Dunkin' Donuts bisa fokus pada efisiensi operasional dan kualitas produk. Ini mencakup optimasi rantai pasokan, proses pembuatan donat, dan teknologi yang digunakan di gerai-gerai mereka.

4) Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan:

Untuk tumbuh secara berkelanjutan, Dunkin' Donuts perlu mengembangkan karyawan, meningkatkan kemampuan teknologi, dan berinovasi dalam pemasaran serta produk. Ini membantu menciptakan budaya yang berfokus pada peningkatan berkelanjutan.

*Konsep **Balanced Scorecard*** merupakan suatu kerangka kerja yang mengkomunikasikan visi, misi dan strategi kepada seluruh karyawan tentang kunci penentu kesuksesan saat ini dan masa yang akan datang. *Balanced Scorecard* tidak hanya berfungsi sebagai kerangka kerja yang memberikan pengukuran kinerja, tetapi juga membantu perencana untuk mengidentifikasi tindakan dan metrik yang perlu dilakukan dan diukur

Penggunaan metode Balanced Scorecard untuk menyelaraskan strategi yang ingin dituju oleh Perusahaan, metode Balanced Scorecard mempermudah dalam penyusunan struktur tujuan yang telah dibuat sehingga dapat mengetahui tujuan yang ingin dicapai Perusahaan. Metode Balanced Scorecard juga dapat digunakan untuk mengukur kinerja Perusahaan. PT Dunkin Donat merupakan perusahaan swasta yang bergerak dibidang makanan dan minuman ternama. Untuk dapat memiliki keunggulan dalam persaingan bisnis yang pesat, PT Dunkin Donat Unggul perlu memiliki kerangka kerja sistem pengukuran kinerja yang tepat. Dengan menggunakan konsep Balance Scorecard yang memiliki keistimewaan dalam hal cakupan pengukurannya yang cukup komprehensif mampu menyatukan perspektif yang ada untuk mencapai tujuan atau visi yang diinginkan perusahaan.

Di era modern saat ini, masyarakat semakin sedikit mempunyai waktu untuk melakukan aktivitas kuliner karena padatnya jadwal sehari-hari. Makanan cepat saji mulai bermunculan sebagai salah satu solusi untuk dikonsumsi, makanan ini sering disebut *junk food* karena mudah dimakan dengan cepat. *Junk food* salah satu konsep nutrisi yang paling mudah diakses saat ini. Generasi sekarang terutama lebih banyak menyukai makanan manis, salah satunya yang dapat ditemui dengan mudah di pusat perbelanjaan yaitu donat. Hidangan manis berbentuk bulat berongga ini selalu disantap oleh orang Indonesia sebagai hidangan penutup atau sekadar camilan. Makanan yang berbentuk bulat berongga ini memang sudah ramai diminati pada kalangan masyarakat Indonesia sejak dulu hingga sekarang. Penelitian yang ada menjelaskan hubungan antara harga, promosi, kepuasan, dan loyalitas, namun banyak yang bertujuan untuk mengeksplorasi satu aspek tanpa mempertimbangkan dinamika interaksi antara harga dan promosi. Dalam beberapa konteks, harga yang lebih rendah tidak selalu diimbangi dengan tingkat kepuasan yang tinggi, yang menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut.

Meskipun banyak studi yang membahas pengaruh harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas, terdapat perbedaan sudut pandang terkait integrasi kedua elemen ini dalam satu kerangka penelitian. Sebagian besar penelitian terdahulu cenderung mengulas dampak harga dan promosi secara terpisah, tanpa mempertimbangkan bagaimana keduanya saling berinteraksi untuk mempengaruhi kepuasan dan loyalitas. Selain itu, banyak penelitian yang fokus pada sektor tertentu dan kurang memperhatikan variabel budaya dan demografis yang dapat mempengaruhi hasil.

Selain itu, Dunkin' Donuts tidak hanya dikenal sebagai tempat membeli donat, tetapi

juga sebagai ruang untuk bersosialisasi. Konsep "coffee and donut shop" yang diusungnya berhasil menciptakan suasana nyaman untuk berbagai aktivitas, seperti berkumpul bersama teman atau bekerja sambil menikmati kopi.

Dengan persaingan yang semakin ketat di industri makanan dan minuman, Dunkin' Donuts terus berinovasi dalam hal produk, pelayanan, dan strategi pemasaran untuk mempertahankan posisinya di pasar Indonesia. Dukungan dari konsumen yang setia menjadi salah satu faktor penting dalam pertumbuhan perusahaan ini hingga sekarang.

## 2. KAJIAN TEORITIS

Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) adalah pendekatan strategis dalam mengelola karyawan sebagai aset organisasi untuk mencapai tujuan organisasi. Kajian teoritis MSDM menyoroti peran karyawan sebagai bagian integral dari keberhasilan organisasi.

Menurut Gary Dessler (2020), MSDM meliputi kebijakan dan praktik yang diperlukan untuk merekrut, melatih, mengembangkan, dan mempertahankan karyawan secara efektif.

### A. Kinerja dan Pengukuran Kinerja

Menurut Kasmir (2016) definisi kinerja adalah hasil kerja dan perilaku kerja seseorang yang dinilai dalam suatu periode, kinerja tersebut diukur dari kompetensinya menyelesaikan tugas-tugas dan tanggung jawab yang diberikan perusahaan. Artinya kinerja mengandung unsur standar pencapaian suatu yang harus dicapai sehingga dapat dikategorikan memiliki kinerja baik atau tidak baik. Pengukuran kinerja adalah proses untuk menentukan seberapa baik aktivitas-aktivitas bisnis dilaksanakan untuk mencapai tujuan strategis, mengeliminasi pemborosan-pemborosan dan menyajikan informasi tepat waktu untuk melaksanakan penyempurnaan secara berkesinambungan sebagai tolak ukur bagi manajemen perusahaan untuk melihat apakah kinerja dalam suatu perusahaan sudah baik dari segi keuangan maupun non keuangan. Manajemen melakukan evaluasi untuk perbaikan atas kegiatan operasional perusahaan dalam periode tertentu.

### B. Tujuan Pengukuran Kinerja

Pengukuran kinerja merupakan proses yang digunakan untuk menilai sejauh mana pencapaian individu atau organisasi terhadap tujuan yang telah ditetapkan.

Tujuan pengukuran kinerja meliputi

1) . Menilai Pencapaian Tujuan Organisasi Pengukuran kinerja membantu untuk

- mengetahui apakah tujuan dan sasaran organisasi tercapai dengan baik. Ini memberikan wawasan tentang efektivitas dan efisiensi strategi yang diterapkan.
- 2) Identifikasi Kekuatan dan Kelemahan Dengan melakukan pengukuran kinerja, organisasi dapat mengetahui area mana yang sudah berkinerja baik dan mana yang perlu perbaikan. Ini membantu untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas kerja.
  - 3) Meningkatkan Pengambilan Keputusan Data yang diperoleh dari pengukuran kinerja membantu manajer dalam mengambil keputusan yang berbasis bukti, seperti pengalokasian sumber daya, perubahan kebijakan, atau penyesuaian strategi.
  - 4) Meningkatkan Keterlibatan dan Motivasi Karyawan Pengukuran kinerja yang jelas dan transparan memberikan karyawan pemahaman tentang apa yang diharapkan dari mereka, sehingga dapat memotivasi mereka untuk mencapai target yang ditetapkan.
  - 5) Evaluasi Program atau Kebijakan Pengukuran kinerja juga berguna untuk menilai efektivitas program atau kebijakan yang telah diimplementasikan, sehingga organisasi bisa melakukan perbaikan jika diperlukan.

Penelitian yang ada menjelaskan hubungan antara harga, promosi, kepuasan, dan loyalitas, namun banyak yang bertujuan untuk mengeksplorasi satu aspek tanpa mempertimbangkan dinamika interaksi antara harga dan promosi. Dalam beberapa konteks, harga yang lebih rendah tidak selalu diimbangi dengan tingkat kepuasan yang tinggi, yang menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut.

### **C. Manfaat Pengukuran Kinerja**

Manfaat utama pengukuran kinerja adalah sebagai alat untuk mengevaluasi pencapaian tujuan dan memastikan bahwa setiap individu atau unit dalam organisasi bekerja sesuai dengan target yang telah ditetapkan. Dengan pengukuran kinerja, organisasi dapat mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan sekaligus mempertahankan keunggulan yang sudah ada. Selain itu, pengukuran kinerja membantu meningkatkan efisiensi operasional, memberikan umpan balik yang berguna bagi pengembangan karyawan, serta mendorong akuntabilitas di setiap tingkat organisasi. Hasil dari pengukuran kinerja juga menjadi dasar pengambilan keputusan strategis, perencanaan yang lebih baik, dan pengelolaan risiko yang efektif. Secara keseluruhan, pengukuran kinerja memastikan bahwa sumber daya digunakan secara optimal untuk mencapai hasil yang maksimal dan berkelanjutan.

#### D. Balanced Scorecard

Kaplan dan Norton mengatakan bahwa definisi dari *Balance Scorecard* adalah “suatu kerangka kerja baru untuk mengintegrasikan berbagai ukuran yang diturunkan dari strategi perusahaan. *Balanced Scorecard* mencakup berbagai aktivitas penciptaan nilai yang dihasilkan oleh partisipan perusahaan yang memiliki kemampuan motivasi tinggi. Jadi dapat disimpulkan bahwa *Balanced Scorecard* adalah sebuah sistem manajemen untuk mengukur kinerja perusahaan secara lebih komprehensif. *Balanced Scorecard* diciptakan untuk mengatasi problem tentang kelemahan sistem pengukuran kinerja eksekutif yang hanya berfokus pada perspektif keuangan saja dan cenderung mengabaikan perspektif non keuangan. *Balanced Scorecard* mengukur keuangan di masa lalu dan dimasa mendatang.

Secara formal konsep Balanced Scorecard, Becker, B. E., Huselid, M. A., & Ulrich, D. (2001). menyatakan bahwa Perusahaan harus mengukur berbagai segi kinerja Perusahaan. Kerangka kerja strategis yang digunakan untuk mengukur kinerja organisasi dari berbagai perspektif: keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, serta pembelajaran dan pertumbuhan. Dalam konteks perusahaan seperti Dunkin', BSC memungkinkan evaluasi menyeluruh terhadap keberhasilan strategi perusahaan. Dari perspektif keuangan, Dunkin' dapat menilai pendapatan, margin keuntungan, dan efisiensi biaya sebagai indikator keberhasilan keuangannya. Perspektif pelanggan mengukur kepuasan pelanggan melalui survei dan analisis retensi, membantu Dunkin' memahami sejauh mana produk dan layanannya memenuhi ekspektasi konsumen. Pada perspektif proses bisnis internal, perusahaan dapat menilai efisiensi rantai pasok, kualitas produk, dan kecepatan layanan untuk memastikan optimalisasi operasional. Sementara itu, perspektif pembelajaran dan pertumbuhan berfokus pada pengembangan sumber daya manusia, teknologi, dan inovasi produk yang memungkinkan Dunkin' tetap kompetitif di pasar. Dengan menerapkan Balanced Scorecard, Dunkin' dapat mengintegrasikan indikator keuangan dan non-keuangan untuk mencapai keseimbangan dalam pengelolaan kinerja sekaligus memastikan keberlanjutan dan keberhasilan jangka panjang.

Tujuan *Balanced Scorecard* adalah mengadakan pengukuran untuk semua kegiatan yang bersifat kritis. Sedangkan manfaat utama dari *Balanced Scorecard* perusahaan dapat merencanakan dan merancang strategi serta kerangka kerja yang

lebih baik, kuat, dan terstruktur.

#### **E. Aspek aspek yang diukur dalam balance scorecard**

Balanced Scorecard (BSC) untuk mengukur kinerja organisasi melalui empat perspektif utama, Niven, P.R. (2006) mengatakan bahwa Balanced Scorecard Step-by-Step yang mencakup berbagai aspek yang penting untuk mencapai tujuan strategis perusahaan. Keempat perspektif tersebut adalah:

##### 1) Perspektif Keuangan

Mengukur keberhasilan finansial perusahaan sebagai hasil dari implementasi strategi. Aspek yang diukur dalam perspektif ini meliputi pertumbuhan pendapatan, profitabilitas, efisiensi biaya, return on investment (ROI), dan arus kas. Pengukuran ini memastikan bahwa organisasi mencapai hasil keuangan yang diinginkan.

##### 2) Perspektif Pelanggan

Mengukur bagaimana organisasi dipersepsikan oleh pelanggan. Aspek yang diukur antara lain kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, pangsa pasar, dan retensi pelanggan. Metrik ini membantu organisasi memahami sejauh mana produk atau layanan mereka memenuhi ekspektasi dan kebutuhan pelanggan.

##### 3) Perspektif Proses Bisnis Internal

Fokus pada efisiensi dan kualitas proses internal yang mendukung pencapaian tujuan perusahaan. Aspek yang diukur termasuk efisiensi operasional, kualitas produk atau layanan, kecepatan layanan, dan inovasi dalam proses bisnis. Pengukuran ini membantu perusahaan untuk meningkatkan proses yang berhubungan langsung dengan penciptaan nilai bagi pelanggan.

##### 4) Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan

Berfokus pada pengembangan kapasitas dan kemampuan organisasi untuk mendukung pencapaian visi jangka panjang. Aspek yang diukur meliputi pelatihan dan pengembangan karyawan, inovasi, penggunaan teknologi baru, dan budaya organisasi yang mendukung pembelajaran dan pengembangan. Metrik ini memastikan organisasi siap menghadapi tantangan masa depan.

### **3. METODE PENELITIAN**

Metode Balanced Scorecard (BSC) membantu perusahaan seperti Dunkin' Donuts mengukur kinerja secara holistik melalui empat perspektif utama: keuangan, pelanggan, proses internal, dan pembelajaran serta pertumbuhan (Kaplan & Norton, 1996). Perspektif ini memungkinkan Dunkin' Donuts untuk menyelaraskan strategi dengan aktivitas operasional sehari-hari dan mencapai tujuan bisnis jangka panjang.

Dari perspektif keuangan, tujuan utama Dunkin' Donuts adalah meningkatkan profitabilitas dan efisiensi operasional. Hal ini dapat dicapai melalui diversifikasi produk, seperti menambahkan varian makanan ringan dan minuman baru, serta optimalisasi rantai pasok untuk mengurangi biaya bahan baku (Kaplan & Norton, 2004). Indikator keberhasilan mencakup pertumbuhan pendapatan per gerai, margin keuntungan bersih, dan efisiensi biaya operasional.

Pada perspektif pelanggan, Dunkin' Donuts berfokus pada peningkatan loyalitas dan kepuasan konsumen. Penyesuaian menu berdasarkan preferensi lokal serta pengembangan program loyalitas pelanggan, seperti pemberian diskon atau poin reward, menjadi strategi utama (Kotler & Keller, 2016). Indikator kinerja meliputi tingkat kepuasan pelanggan, pertumbuhan jumlah pelanggan setia, dan peningkatan transaksi pelanggan baru.

Dalam perspektif proses internal, Dunkin' Donuts mengutamakan efisiensi operasional dan inovasi. Mengintegrasikan teknologi, seperti aplikasi pemesanan online dan pembayaran digital, dapat mempercepat layanan dan meningkatkan pengalaman pelanggan (Chaffey, 2020). Inovasi produk, seperti peluncuran rasa baru, juga menjadi prioritas. Indikator keberhasilan adalah waktu pelayanan rata-rata, jumlah keluhan pelanggan, dan frekuensi inovasi produk yang diluncurkan.

Perspektif pembelajaran dan pertumbuhan mencakup pengembangan sumber daya manusia dan investasi teknologi. Pelatihan karyawan secara rutin bertujuan meningkatkan keterampilan mereka dalam pelayanan dan inovasi (Armstrong, 2020). Sementara itu, adopsi teknologi, seperti analisis data pelanggan, membantu perusahaan memprediksi tren pasar. Indikatornya adalah tingkat retensi karyawan, jumlah pelatihan yang dilakukan, dan adopsi teknologi baru.

Dengan menerapkan metode BSC, Dunkin' Donuts dapat menyelaraskan visi strategisnya dengan operasional harian, memastikan keberlanjutan bisnis, dan menghadapi persaingan yang semakin ketat. Pendekatan ini tidak hanya berfokus pada keuangan tetapi juga mencakup aspek pelanggan, proses internal, dan pertumbuhan organisasi



#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### A. Gambaran umum lokasi penelitian

Nama intansi : Dukin donat cilegon

**Alamat:** Jalan Raya Cilegon, Jl. Ketileng Tim., Jombang Wetan, Kec. Jombang, Kota Cilegon, Banten 42416

**Telepon:** [0812-3459-8968](tel:0812-3459-8968)

##### B. Hasil penelitian dan pembahasan

Data penelitian diperoleh penulis melalui tahap wawancara serta observasi langsung kepada konsumen dunkin donut cilegon , wawancara menggunakan jenis wawancara semi-terbuka yakni menyusun daftar pertanyaan yang ditentukan jawabanya dan responden juga menjawab secara bebas . Adapun pertanyaan yang di ajukan terhadap konsumen sebagai berikut:

Petunjuk Pengisian Kuesioner:

- a. Terdapat sebelas pertanyaan yang menjadi indikator penilai kinerja karyawan, dimana setiap indicator memiliki empat pendapat
- b. Setiap pendapat tersebut memiliki rating mulai dari nilai paling kecil 1 sampai 5 paling tinggi sebagai acuan penilaian karyawan
- c. Bapak/Ibu mengisi nilai sesuai kondisi karyawan pada kolom nilai dengan memberi tanda angka atau ceklis

##### Kuesioner

No	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
1	Ruangan nyaman, sejuk dan bersih				√
2	Penampilan karyawan rapih				√
3	Menu yang ditawarkan bervariasi			√	
4	Pelayanan cepat dan cekatan			√	
5	Pelayanan bersikap baik			√	
6	Penyajian tepat waktu		√		
7	Komplain selalu ditanggapi			√	
8	Pelayan mencarikan tempat duduk untuk tamu	√			
9	Pelayan menanyakan rasa hidangan		√		
10	Makanan sesuai dengan selera			√	
11	Semua menu tersedia				√

### C. pembahasan

Pada sub bab ini penulis akan memaparkan hasil wawancara yang berkaitan dengan Rencana Pelaksanaan Evaluasi Kinerja di PT DUNKIN DONUT dengan menggunakan Metode Balance ScoreCard. Adapun hasil yang penulis dapatkan adalah bahwa konsumen merasa cukup puas dengan apa yang dunkin donut berikan kepada konsumen. Adapun hasil penelitian yang diperoleh sebagai berikut :

- 1) Pelayanan : Pelayanan yang di berikan oleh dunkin donut dirasa cukup baik kepada kebutuhan konsumen.
- 2) Fasilitas : fasilitas yang diberikan kepada konsumen dirasa cukup baik dari segi kebersihan , kenyamanan.
- 3) Menu : menu yang disajikan oleh dunkin donut cukup baik karena terdapat berbagai jenis menu yang sesuai dengan selera konsumen.
- 4) Penampilan : penampilan karyawan dunkin donut cukup baik karena berpenampilan menarik sehingga konsumen merasa nyaman.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Dunkin' Donuts adalah salah satu merek terkenal dalam industri makanan cepat saji, khususnya donat dan kopi. Dengan jaringan globalnya, Dunkin' Donuts telah membangun reputasi kuat melalui:

- 1) Produk Berkualitas: Menawarkan beragam pilihan donat, minuman kopi, dan makanan ringan dengan rasa yang konsisten.
- 2) Brand Awareness: Dukungan dari kampanye pemasaran yang efektif menjadikan Dunkin' Donuts dikenal luas.
- 3) Inovasi: Penambahan menu dan adaptasi terhadap preferensi pasar, termasuk item rendah gula dan menu musiman.
- 4) Pelayanan : Pelayanan yang di berikan oleh dunkin donut dirasa cukup baik kepada kebutuhan konsumen

### B. Saran

- 1) Diversifikasi Menu:

Tambahkan pilihan produk yang lebih sehat, seperti donat rendah kalori, minuman tanpa gula tambahan, atau makanan berbasis tanaman.

Perkenalkan menu lokal sesuai dengan preferensi pasar di setiap negara.

- 2) Penguatan Layanan Digital:

Tingkatkan aplikasi mobile untuk pemesanan online, pembayaran digital, dan program loyalitas yang lebih menarik.

Optimalkan layanan pesan-antar bekerja sama dengan platform pengiriman.

3) Peningkatan Keberlanjutan:

Gunakan kemasan ramah lingkungan dan kurangi limbah operasional.

Promosikan kampanye kepedulian lingkungan untuk membangun citra positif.

4) Peningkatan Pengalaman Pelanggan:

Tingkatkan kecepatan layanan di gerai. Pastikan kebersihan dan kenyamanan tempat duduk di gerai-gerai Dunkin' Donuts.

## DAFTAR REFERENSI

- Arifin, Z., & Sugiyanto, D. (2017). Evaluasi kinerja organisasi dengan menggunakan metode Balanced Scorecard. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Armstrong, M. (2020). *Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice*. Kogan Page.
- Becker, B. E., Huselid, M. A., & Ulrich, D. (2001). *The HR Scorecard: Linking People, Strategy, and Performance*. Harvard Business Press.
- Bernardin, H. J., & Beatty, R. W. (1984). *Performance Appraisal: Assessing Human Behavior at Work*. Scott, Foresman.
- Chaffey, D. (2020). *Digital Business and E-Commerce Management*. Pearson Education.
- Drucker, P. F. (1954). *The Practice of Management*. Harper & Row.
- Gaspersz, V. (2011). *Balanced Scorecard: Sistem Manajemen Strategis untuk Organisasi Bisnis dan Pemerintah*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1992). *The Balanced Scorecard—Measures That Drive Performance*. Harvard Business Review.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. Harvard Business School Press.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2004). *Strategy Maps: Converting Intangible Assets into Tangible Outcomes*. Harvard Business School Press.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2017). *Balanced Scorecard: Menerapkan Strategi Menjadi Aksi*. Bandung: Penerbit Erlangga.
- Kasmir. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik)*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th Edition)*. Pearson.

- Neely, A., Gregory, M., & Platts, K. (2005). Performance measurement system design: A literature review and research agenda. *International Journal of Operations & Production Management*.
- Niven, P. R. (2006). *Balanced Scorecard Step-by-Step: Maximizing Performance and Maintaining Results*. John Wiley & Sons.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). The impact of customer satisfaction and trust on loyalty: The case of Dunkin' Donuts. *International Journal of Marketing Studies*.