

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel penelitian dan Defenisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2012:38), variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulanya defenisi oprasional adalah penentuan pengukuran sehingga menjadi variable yang dapat diukur.

Balanced Scorecard adalah strategi manajemen yang digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan baik dari segi keuangan maupun nonkeuangan yang bertujuan untuk memberikan kelangsungan (kontinuitas) perusahaan di masa-masa yang akan datang. Analisis yang dilakukan akan memberikan gambaran tentang kinerja perusahaan sebelum dan sesudah di ukur dengan menggunakan pendekatan *Balanced Scorecard* yang memberikan 4 dimensi perspektif yaitu perspektif Keuangan, perspektif pelanggan, perspektif karyawan, dan perspektif pembelajaran dan pertumbuhan.

Tabel 3.1 Variabel penelitian dan Defenisi Operasional Variabel

No	Variabel Penelitian	Defenisi Operasional Variabel
1	Pengukuran Kinerja (Y)	Penentuan secara periodik efektifitas operasional suatu organisasi, bagian organisasi dan karyawannya berdasarkan sasaran, standar dan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya.

2	<p>Balanced Scorecard (X) Perpektif Keuangan : (X1)</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Return on Assets</i> • <i>Return on Equity</i> • <i>Profit Margin</i> • <i>Debt Ratio</i> • <i>Debt to Equity Ratio</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba secara keseluruhan dengan membagi laba bersih setelah pajak dengan total aktiva dikali 100%. • Rasio ini mengukur semua keuntungan bersih yang dimiliki perusahaan dibagi dengan modal sendiri yang totalnya dikali 100%. • Rasio yang mengukur seberapa banyak keuntungan operasional bias diperoleh dari setiap rupiah penjualan yang totalnya akan dikalikan 100%. • Mengukur berapa besar aktiva perusahaan yang dibiayai dengan hutang, yaitu membagi total hutang dengan total aktiva dikali 100%. • Mengukur berapa besar penyediaan dana oleh pemegang saham terhadap pemberi pinjaman, yaitu membagi total kewajiban dengan total hutang dikali 100%.
3	<ul style="list-style-type: none"> • Perspektif pelanggan (X2) 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengukur sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen, dan mengetahui Peningkatan jumlah produk dan unggul, serta profitabilitas konsumen.
4	<ul style="list-style-type: none"> • Perspektif bisnis internal (X3) 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengukur sejauh mana perusahaan dapat Efisiensi proses operasi seperti Efisiensi waktu antrian dan proses transaksi serta Peningkatan sarana dan prasarana layanan.
5	<ul style="list-style-type: none"> • Perspektif pertumbuhan dan pembelajaran (X4) 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengukur tingkat kepuasan karyawan dan Peningkatan kualitas dan kompetensi karyawan .

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dipilih pada PT. Bank Riau Kepri dengan pertimbangan bahwa selain sangat relevan dengan permasalahan yang diteliti, juga mudah mendapatkan data atau informasi yang dibutuhkan. Lingkup penelitian dalam hal ini adalah untuk membahas pemecahan masalah penilaian kinerja berdasarkan *Balanced Scorecard* sebagai alat ukur kinerja.

Penelitian ini dilakukan pada PT. Bank Riau Kepri yang terletak di Jalan Jendral Sudirman No. 377, Pekanbaru. Telepon : (0761) 37050 dan 37060.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a) Wawancara

Yaitu dengan mengadakan tanya jawab langsung kepada pihak-pihak yang berkompeten di perusahaan.

b) Kuesioner

Yaitu melalui penyebaran kuesioner untuk dapat mengetahui seberapa tingkat kepuasan karyawan dan pelanggan.

c) Dokumentasi

Yaitu berupa data laporan keuangan (neraca dan laporan laba rugi), serta data yang mencakup perspektif pelanggan, proses bisnis internal, pembelajaran dan pertumbuhan.

d) Studi pustaka

Yaitu merupakan teknik pengumpulan data berdasarkan sumber-sumber yang diperoleh dari literatur yang membahas mengenai pengukuran kinerja *Balanced Scorecard*.

3.4 Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer merupakan data penelitian yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Dalam penelitian ini data primer yang dikumpulkan diperoleh dari hasil wawancara dan hasil kuesioner yang dilakukan oleh karyawan. Adapun hasil diantaranya mengenai objek penelitian & data mengenai kepuasan karyawan yang diketahui lewat kuesioner.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara atau diperoleh dan dicatat oleh pihak lain, dalam hal ini diambil dari perusahaan dan dari hasil penelitian lainnya yaitu antara lain : dokumen perusahaan, studi kepustakaan dll.

3.5 Populasi dan Sampel

Objek penelitian yang diteliti adalah PT. Bank Riau Kepri. Untuk perspektif keuangan, perspektif bisnis internal dan juga perspektif pelanggan, variabel-variabel

diukur dengan menggunakan teknik analisis data sesuai data sekunder yang telah dikumpulkan (*non sampling*).

Untuk ukuran sasaran strategis kepuasan dan motivasi karyawan dilakukan survei kepuasan dan motivasi karyawan pada PT Bank Riau Kepri. Jumlah kuesioner yang disebar kepada **karyawan tetap (populasi)** yang bekerja di PT Bank Riau Kepri dengan menggunakan metode *judgment sampling*. Metode *judgment sampling* ini dipilih karena karyawan tetap adalah pihak yang paling baik untuk dijadikan sampel yang dilihat dari segi pengalaman dan informasi perusahaan. Kemudian penelitian ini dihitung jumlah sampelnya menggunakan rumus *Slovin* dimana data **total keseluruhan karyawan tetap (populasi)** terakhir yang di dapat dari www.bankriaukepri.co.id yaitu sebesar 1041 karyawan. (Sugiono, 2011)

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, misalnya 10%.

$$\begin{aligned} n &= \frac{1041}{1 + 1041(10\%)^2} \\ n &= \frac{1041}{11,6} \\ n &= 89,74 \end{aligned}$$

Sumber : Rumus Slovin (Sugiono, 2011)

Jadi, jumlah kuesioner yang disebar adalah sebanyak 90 karyawan yang bekerja di PT Bank Riau Kepri.

Untuk ukuran sasaran strategis kepuasan pelanggan dilakukan survei kepuasan pelanggan pada PT Bank Riau Kepri. Pengambilan sampel responden dilakukan dengan menggunakan metode *sampling Insidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan / insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data, (Sugiyono, 2011:85). Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 100. Jumlah sampel tersebut memenuhi syarat minimal jumlah pengambilan sampel menurut Roscoe dalam buku ***Research Methods For Business*** (1982 : 253) yang memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut (Sugiono, 2008 : 130) :

1. Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian.
2. Jika sampel dipecah ke dalam subsampel (pria/wanita, junior/senior, dan sebagainya), ukuran sampel minimum 30 untuk tiap kategori adalah tepat.
3. Dalam penelitian *mutivariate* (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel sebaiknya 10x lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian.
4. Untuk penelitian sederhana dengan kontrol eksperimen yang ketat, penelitian yang sukses adalah mungkin dengan ukuran sampel kecil antara 10 sampai dengan 20.

3.6 Metode Analisis Data

Metode analisis dalam penelitian ini adalah dengan cara menggambarkan pengukuran yang relevan dari 4 (empat) perspektif *Balanced Scorecard*, sebagai berikut :

3.6.1 Analisis *financial perspective*

Yaitu merupakan pengukuran kinerja yang ditinjau dari sudut pandang keuangan berdasarkan atas konsekuensi ekonomi yang dilakukan terdiri atas : (Tunggal, 2003 : 8)

a) *Return on Assets* (ROA)

Analisis *Return on Assets* (ROA) menggambarkan perbaikan atas kinerja operasi dan mengukur efisiensi dari penggunaan total aktiva untuk menghasilkan profit. Oleh karena itulah besarnya ROA dapat ditentukan sebagai berikut :

$$ROA = \frac{Net\ Income}{Total\ Asset}$$

b) *Return on Equity* (ROE)

ROE adalah ukuran yang mewakili harapan dari *shareholder*. Sebab tingkat pengembalian atas modal yang ditanamkan dapat langsung diketahui dan menggambarkan keefektifan atas investasi yang dilakukan oleh *shareholder*, adapun perhitungan ROE sebagai berikut:

$$ROE = \frac{Net\ Income}{Equity\ Capital}$$

c) *Profit Margin on Sales* (PMoS)

Yaitu rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari tiap rupiah yang diperoleh. Pengukuran ini diperlukan sebagai indikator apakah perusahaan memperoleh pertumbuhan profit dalam periode yang lalu. *Profit margin on sales* dapat dihitung sebagai berikut :

$$\text{PMoS} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Sales}}$$

d) *Debt Ratio* (DR)

Rasio Hutang merupakan rasio yang mengukur berapa besar aktiva perusahaan yang dibiayai oleh kreditur. Semakin tinggi *debt ratio* semakin besar jumlah modal pinjaman yang digunakan di dalam menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Rasio total hutang dengan total aktiva yang biasa disebut rasio hutang (*debt ratio*), mengukur persentase besarnya dana yang berasal dari hutang, sehingga perhitungan DR dapat dihitung sebagai berikut :

$$\text{DR} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}}$$

e) *Debt to Equity Ratio* (DER)

Debt Ratio to Equity adalah rasio yang menunjukkan persentase penyediaan dana oleh pemegang saham terhadap pemberi pinjaman. Semakin tinggi rasio, semakin rendah pendanaan perusahaan yang disediakan oleh pemegang saham. Dari perspektif kemampuan membayar kewajiban jangka panjang, semakin rendah rasio akan semakin baik kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka panjangnya. Rumus yang digunakan untuk menghitung *Debt to Equity Ratio* (DER) adalah sebagai berikut:

$$DER = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Modal Sendiri}}$$

3.6.2 Analisis *Customer perspective*

Yaitu suatu analisis untuk menganalisis kepuasan pelanggan PT. Bank Riau Kepri sebagai berikut : (Kaplan & Norton, 2000: 150 dalam Yuwono, 2007)

a. *Profitabilitas Konsumen*

Profitabilitas Konsumen digunakan untuk mengukur seberapa besar keuntungan yang berhasil dicapai perusahaan dari penjualan produk dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen dengan cara membagi laba bersih dengan penjualan bersih.dengan formulasi:

$$\text{Profitabilitas Konsumen} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100 \%$$

b. *Customer Satisfaction Index*

Analisis nasabah digunakan untuk mengukur pencapaian sasaran strategis pada perspektif pelanggan. Suatu perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang prima dan berkualitas terhadap pelanggannya agar mampu mempertahankan mereka sebagai salah satu *stakeholder* penting bagi perusahaan. Sehingga mengukur kepuasan nasabah sangat penting bagi bank dalam rangka mengontrol dan mengevaluasi posisi dan kinerja perusahaan.

Rangkuti (2003), menyatakan bahwa ciri-ciri kualitas jasa dapat dievaluasi dalam lima dimensi, yaitu:

1. *Realibility* (keandalan), yaitu kemampuan perusahaan dalam mamberikan jasa yang tepat dan dapat diandalkan.

2. *Responsiveness* (cepat tanggap), yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan cepat.
3. *Assurance* (jaminan), yaitu kemampuan dan kesopanan karyawan serta sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh karyawan.
4. *Empathy* (empati), yaitu pemahaman karyawan terhadap kebutuhan konsumen serta perhatian yang diberikan oleh karyawan.
5. *Tangible* (kasat mata), yaitu penampilan fasilitas fisik seperti peralatan, karyawan, dan sarana komunikasi.

Untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah, maka pengolahan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

- a. Data Kualitatif yang diperoleh dari pengisian kuesioner oleh para responden diubah menjadi data kuantitatif dengan memberikan skor masing-masing pilihan jawaban dengan *Skala Likert* seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2011 : 94) sebagai berikut:

1. Sangat tidak puas (STP) = 1
2. Tidak Puas (TP) = 2
3. Cukup Puas / Netral (CP/N) = 3
4. Puas (P) = 4
5. Sangat Puas (SP) = 5

- b. Dari hasil penjumlahan seluruh nilai yang diperoleh dari seluruh responden akan diketahui pencapaian indeks kepuasan nasabah, seperti yang dirumuskan oleh Sugiyono (2011 : 99) sebagai berikut:

$$IKC = PP$$

Dimana :

$IKC = Indeks\ Kepuasan\ Customers$

$PP = Perceived\ Performance$

- c. Setelah diketahui IKC dari seluruh responden kemudian digolongkan pada skala a. sangat tidak puas, b. tidak puas, c. Cukup puas, d. puas, dan e. sangat puas.

Untuk menentukan skala ini terlebih dahulu ditentukan indeks kepuasan minimal dan indeks kepuasan maksimal, interval yang dapat dicari dari pengurangan antara indeks kepuasan maksimal dengan kepuasan minimal di bagi menjadi lima seperti yang dirumuskan oleh Sugiyono (2002 : 80) sebagai berikut:

$$IK\ maks = R \times PP \times EX\ maks$$

$$IK\ min = R \times PP \times EX\ min$$

$$Interval = (IK\ maks - IK\ min) : 5$$

Dimana :

$PP = Banyaknya\ Pertanyaan$

$R = Jumlah\ Responden$

$IK\ maks = Jumlah\ Interval\ maksimal\ responden$

$IK\ min = Jumlah\ Interval\ minimum\ Responden$

$EX\ min = Skor\ minimal\ yang\ bisa\ diberikan$

$EX\ maks = Skor\ maksimal\ yang\ bisa\ diberikan$

3.6.3 Analisis Perspektif Bisnis Internal

Internal process business perspective, salah satu ukuran kinerja *balanced scorecard* yang menelusuri tentang berbagai proses baru yang harus dikuasai dengan

baik oleh sebuah perusahaan agar dapat memenuhi berbagai tujuan pelanggan dan *financial* yang meliputi : (Kaplan & Norton, 2000: 169)

- a. **Efisiensi Waktu Antrian** = Pengukuran ini dilakukan dengan mengobservasikan pada perusahaan, bagaimana dengan waktu antriannya.
- b. **Efisiensi Proses Transaksi** = Hal ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui bagaimana nasabah yang melakukan transaksi dapat diselesaikan dengan cepat.
- c. **Peningkatan sarana dan prasarana layanan** = Pengukuran ini dilakukan dengan melihat keefektifan dan keefesienan perusahaan dalam memberikan pelayanan.

3.6.4 Analisis Pembelajaran dan Pertumbuhan

Learning and Growth ini mengidentifikasi struktur yang harus dibangun dalam menciptakan pertumbuhan dan peningkatan kinerja jangka panjang meliputi : (Kaplan & Norton, 2000 : 174)

a) *Employee Training Program*

Program yang dilaksanakan oleh perusahaan, yang bertujuan untuk memantau kinerja setiap karyawan. Jika hasil dari pelatihan di bawah standar maka karyawan diberi kesempatan untuk memperbaikinya dan bila tidak mampu maka kontraknya dihentikan. Program pelatihan ini juga merupakan saran standar dari karyawan yang diberi kesempatan untuk mengevaluasi dan meninjau apakah kontraknya masih bisa diperpanjang.

$$\text{Employee Training Program} = \frac{\text{Total Karyawan Ikut Pelatihan}}{\text{Total Semua Karyawan}} \times 100 \%$$

1) *Employee Satisfaction Indeks*

Pengukuran dapat dilakukan dengan mengukur tingkat kepuasan karyawan terhadap perusahaan. Hal ini adalah pra-kondisi bagi peningkatan produktivitas, daya tanggap, mutu, dan layanan kepada pelanggan.

Pengukuran ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada karyawan. Kuesioner yang dikembangkan berdasarkan dengan Teori Kaplan Dan Norton yaitu dilihat dari 4 perspektif yaitu keuangan, pelanggan, proses bisnis internal dan pembelajaran dan pertumbuhan serta juga pengukuran kinerja. Semua faktor tersebut dijabarkan dalam butir-butir pertanyaan kuesioner. Jawaban pendapat kuesioner kerja dan motivasi karyawan dinilai berdasarkan skala Likert, yaitu: 1= sangat tidak setuju, 2= kurang setuju, 3= cukup setuju, 4= setuju, 5= sangat setuju. (Sugiyono, 2011:94).

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Uji Validitas Data

Analisis data diawali dengan validitas data. Uji *validitas* ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat sejauh mana akurasi dari alat pengukur untuk mengukur apa yang ingin diukur. Uji *validitas* pengukur menggunakan *metode person correlation*.

Suatu item dikatakan *valid* jika *Corrected Item-Total Corelation* lebih besar dibandingkan 0.300 seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono (2011 : 126) menyatakan bila korelasi tiap faktor positif dan besarnya 0.300 ke atas maka faktor tersebut merupakan *construe* yang kuat. Jadi, item kuesioner yang *valid* dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya.

3.7.2 Uji Reliabilitas Data

Selain harus diuji *validitas*, suatu penelitian juga harus diuji *reliabilitas*. Uji *reliabilitas* dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Uji *reliabilitas* dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung *cronbach's alpha* dari masing-masing instrument dengan rumus :

Menurut Sujianto (2011;110), jika skala itu dikelompokkan kedalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diintegrasikan sebagai berikut :

- 1) Nilai *Alpha Cronbach* 0.00 s/d 0.20 berarti Kurang *Reliabel*
- 2) Nilai *Alpha Cronbach* 0.21 s/d 0.40 berarti Agak *Reliabel*
- 3) Nilai *Alpha Cronbach* 0.41 s/d 0.60 berarti Cukup *Reliabel*
- 4) Nilai *Alpha Cronbach* 0.61 s/d 0.80 berarti *Reliabel*
- 5) Nilai *Alpha Cronbach* 0.81 s/d 1.00 berarti Sangat *Reliabel*

3.8 Menghitung Bobot dan Skor Menggunakan Nilai Rata-Rata Jumlah Indikator

Cara menghitung Bobot dan Skor *balance Scorecard* adalah memberikan bobot untuk masing-masing indikator, dengan menghitung banyaknya indikator dan menghitung bobot indikator berdasarkan nilai rata-rata bobot untuk perspektif yang bersangkutan dibagi dengan banyaknya indikator. Misalnya perspektif keuangan diberi bobot sebanyak 26 dan jumlah indikator di perspektif keuangan ini adalah 4. Maka bobot masing-masing indicator pada perspektif keuangan ini adalah $26/4 = 6.5$

Tabel 3.2 Mengukur Bobot dan Bobot Indikator

	Perspektif	Key Performance Indicator	Jumlah Indikator	Bobot (%)	Bobot Indikator
1	Finansial 4 Butir	ROE	4	26	6.5
		ROI			
		<i>Net Profit</i>			
		<i>Risk Keuangan</i>			
2	Pelanggan 4 Butir	Indeks kepuasan			
		Jumlah pelanggan			
		Tingkat loyalitas			
		<i>Risk customer</i>			
3	Proses Internal 5 butir	Kecepatan			
		Antrian			
		Pengiriman			
		Kualitas			
		<i>Risk IP</i>			
4	Pembelajaran 4 butir	Keahlian			
		Loyalitas			
		Kepuasan SDM			
		<i>Risk pembelajaran</i>			
	TOTAL				

Sumber: Rangkuti, 2011 hlm. 143

Tabel 3.3 Mengukur Skor Tertimbang Maksimum

Perspektif	Jumlah Indikator	Skor Indikator Maks	Bobot Indikator	Skor Tertimbang Maks
Finansial	4	4	6.5	104
Pelanggan	-	-	-	-
Proses Internal	-	-	-	-
Pembelajaran	-	-	-	-
TOTAL				-

Sumber: Rangkuti, 2011 hlm.144

Rumus skor tertimbang maksimum

$$= \text{jmlh indikator} \times \text{skor indikator max} \times \text{bobot indikator}$$

3.8.1 Mengukur Jumlah Skor Indikator

Pemberian nilai A = 4, B = 3, C = 2 dan D = 1 untuk masing-masing indikator (tabel 3.4), adalah berdasarkan empat kriteria masing-masing indikator, yaitu dengan menggunakan nilai interval kelas dan rumus :

$$\text{Interval kelas} = \frac{(\text{Nilai target} - \text{Nilai minimum})}{4}$$

Contoh ROE

$$\text{Interval kelas} = \frac{(20\% - 0)}{4} = 5\%$$

Dimana,

Nilai Target ROE = 20%

Nilai Minimum = 0

Jadi, kriteria skor indikator ROE adalah:

A = 15% – 20%

B = 10% - <15%

C = 5% - <10%

D = <5%

Seandainya suatu perusahaan memiliki ROE sebesar 16.8% maka nilai ROE yang dimiliki adalah A dengan skor indikator = 4.

Tabel 3.4 Nilai dan Skor Indikator

Perspektif	KPI	Nilai	Skor Indikator
Finansial	CR	A	4
	DER		
	TATO		
	NPM		
	TOTAL		-
Pelanggan	Kepuasan Pelanggan		
	Profitabilitas pelanggan		
	TOTAL		-
Proses Internal	Kecepatan dan ketepatan pelayanan		
	Minimalisasi Masalah		
	Tanggapan keluhan Pelanggan		
	TOTAL		-
Pembelajaran	Kepuasan Karyawan		
	Retensi Karyawan		
	Profitabilitas Karyawan		
	TOTAL		-

Sumber: Rangkuti, 2011 hlm. 145

Tabel 3.5 Menghitung Nilai Akhir total atau Total Skor

Perspektif	Jumlah Skor Indikator	Bobot Indikator	Skor Tertimbang
Finansial			
Pelanggan			
Proses Internal			
Pembelajaran			
Jumlah Skor Tertimbang			

Sumber: Rangkuti, 2011 hlm. 146

$$\text{Rumus (Total Score)} = \frac{\text{Jumlah skor tertimbang}}{\text{jumlah skor tertimbang maksimum}} \times 100\%$$

Selanjutnya dengan menggunakan kriteria standar :

Tabel 3.6 Kriteria Pengukuran Perusahaan

Kondisi	Kategori	Total Skor
SANGAT SEHAT	AAA	≥ 95
	AA	$80 <$
	A	$65 <$
KURANG SEHAT	BBB	$50 <$
	BB	$40 <$
	B	$30 <$
TIDAK SEHAT	CCC	$20 <$
	CC	$10 <$
	C	$TS < 10$

Sumber: Rangkuti, 2011 hlm. 147