

ANALISIS KINERJA PT. MAHAKA MEDIA TBK MENGGUNAKAN PENDEKATAN BALANCED SCORECARD (BSC) PERIODE 2024

Maria Fernanda Gai¹, Maria Goreti Malut²,

^{1,2} Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira

Email: nandagai34@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the performance of PT Mahaka Media Tbk in 2024 using the Balanced Scorecard (BSC) approach, which covers four main perspectives: financial, customer, internal business processes, and learning and growth. The research uses a quantitative descriptive method with document analysis based on the company's 2024 Annual and Sustainability Reports. The results show that the company's financial performance has recovered significantly, marked by a 3.92% increase in revenue and 110.64% growth in net profit, despite a weak capital structure due to high liabilities. From a customer perspective, increased engagement and the success of digital units such as Noice and MahakaX indicate an improvement in customer perception and loyalty. The internal business process perspective shows an increase in efficiency, although the operating margin is still negative. Meanwhile, from a learning and growth perspective, ROA of 2.30% reflects an increase in productivity through the strengthening of digital competencies and innovation. Overall, PT Mahaka Media Tbk is in a phase of positive recovery and transformation, but still needs to strengthen its financial structure, operational efficiency, and human resource capacity development to achieve sustainable growth.

Keywords: *balance scorecard, company performance, mahaka media, digital media, financial analysis.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kinerja PT Mahaka Media Tbk pada tahun 2024 menggunakan pendekatan *Balanced Scorecard* (BSC), yang mencakup empat perspektif utama: keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, dan pembelajaran dan pertumbuhan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan analisis dokumen berdasarkan Laporan Tahunan dan Laporan Keberlanjutan perusahaan tahun 2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja keuangan perusahaan telah pulih secara signifikan, ditandai dengan

Article history

Received: November 2025

Reviewed: November 2025

Published: Desember 2025

Plagiarism checker no 80

Prefix DOI :

[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

peningkatan pendapatan sebesar 3,92% dan pertumbuhan laba bersih sebesar 110,64%, meskipun struktur modal perusahaan masih lemah akibat tingginya utang. Dari perspektif pelanggan, peningkatan keterlibatan dan kesuksesan unit digital seperti Noice dan MahakaX menunjukkan perbaikan dalam persepsi dan loyalitas pelanggan. Perspektif proses bisnis internal menunjukkan peningkatan efisiensi, meskipun margin operasional masih negatif. Sementara itu, dari perspektif pembelajaran dan pertumbuhan, ROA sebesar 2,30% mencerminkan peningkatan produktivitas melalui penguatan kompetensi digital dan inovasi. Secara keseluruhan, PT Mahaka Media Tbk berada dalam fase pemulihan dan transformasi yang positif, namun masih perlu memperkuat struktur keuangan, efisiensi operasional, dan pengembangan kapasitas sumber daya manusia untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

Kata Kunci: *balanced scorecard, kinerja perusahaan, mahaka media, media digital, analisis keuangan.*

PENDAHULUAN

Pengukuran kinerja merupakan kegiatan yang sangat penting dalam memastikan keberlanjutan dan efektivitas strategi organisasi, terutama bagi perusahaan media yang menghadapi tingkat persaingan tinggi di era digital. Salah satu pendekatan pengukuran kinerja yang memberikan gambaran komprehensif adalah *Balanced Scorecard* (BSC), yang dikembangkan oleh Kaplan dan Norton (2015). Pendekatan ini mengevaluasi kinerja organisasi dari empat perspektif utama yaitu keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, dan pembelajaran dan pertumbuhan. Berbeda dengan metode konvensional yang hanya fokus pada indikator keuangan, BSC menyediakan alat evaluasi yang dapat menghubungkan strategi dengan implementasi operasional secara lebih komprehensif.

Sejumlah penelitian telah menunjukkan efektivitas *Balanced Scorecard* (BSC) di berbagai sektor. Kurniati (2021) mengungkapkan bahwa BSC mampu memberikan gambaran komprehensif tentang kinerja rumah sakit, sementara Hanuma & Kiswara (2010) menekankan bahwa BSC berfungsi sebagai alat pengukuran strategis yang menilai pencapaian keseluruhan suatu organisasi. Alimudin (2017) juga menunjukkan bahwa pendekatan ini efektif dalam mengukur pencapaian strategi perusahaan. Di sektor industri jasa, Arwinda & Sari (2015) menemukan bahwa BSC membantu organisasi memetakan dengan akurat kekuatan dan kelemahan proses internal. Di sektor media, Sinaga & Sinaga (2020) menyoroti kebutuhan akan indikator kinerja adaptif mengingat tingginya tingkat perubahan dalam lingkungan bisnis media. Kamal & Tresani (2019) juga membuktikan bahwa BSC dapat meningkatkan efisiensi perusahaan ritel berbasis media. Di industri penyiaran, Wutun (2020) dan Wutun & Man (2023) menemukan bahwa BSC efektif untuk mengukur kinerja perusahaan media digital dan badan usaha milik negara yang kreatif. Kamal & Tresani (2019) juga membuktikan bahwa BSC dapat meningkatkan efisiensi perusahaan ritel berbasis media. Di industri penyiaran, Wutun (2020) dan Wutun & Man (2023) menemukan bahwa BSC efektif untuk mengukur kinerja perusahaan media digital dan perusahaan negara kreatif. Selain itu, dalam konteks organisasi modern, Nasir (2025) menekankan pentingnya BSC sebagai alat untuk

mengoptimalkan layanan publik dan memperkuat proses internal, sementara Aini dkk. (2023) menunjukkan bahwa BSC dapat diterapkan secara luas, termasuk di lembaga pendidikan. Febriyanti & Sixpria (2024) juga menambahkan bahwa BSC memberikan penilaian objektif terhadap perusahaan berbasis produk.

Berdasarkan temuan ini, *Balanced Scorecard* dapat dipertimbangkan sebagai pendekatan ideal untuk mengevaluasi kinerja PT Mahaka Media Tbk, yang saat ini sedang menjalani proses transformasi menuju digitalisasi dan penguatan konten kreatif nya. Laporan Tahunan 2024 menunjukkan bahwa perusahaan telah mengalami peningkatan pendapatan, pertumbuhan konten digital, dan berbagai langkah strategis untuk memperkuat posisinya di industri media. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis kinerja PT Mahaka Media Tbk pada tahun 2024 melalui pendekatan *Balanced Scorecard* dengan memanfaatkan data laporan tahunan dan literatur ilmiah sebagai dasar analisis.

TINJAUAN PUSTAKA

Balanced Scorecard

Balanced Scorecard (BSC) pertama kali diperkenalkan oleh Kaplan dan Norton (1992) sebagai alat pengukuran kinerja yang mengintegrasikan aspek keuangan dan non-keuangan untuk mengubah strategi organisasi menjadi indikator yang dapat diukur. Dalam publikasi terbaru mereka, Kaplan & Norton (2015) menekankan bahwa BSC tidak hanya sebagai alat pengukuran, tetapi juga kerangka kerja manajemen strategis yang membantu perusahaan menghubungkan visi, misi, proses internal, dan tujuan jangka panjang mereka. BSC mencakup empat perspektif utama: keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, dan pembelajaran dan pertumbuhan. Setiap perspektif dipilih untuk memberikan gambaran komprehensif tentang kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai bagi pemegang saham dan pelanggan.

Perspektif Keuangan

Perspektif keuangan bertujuan untuk mengukur kesuksesan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagi pemegang saham (Kaplan & Norton, 2015). Penelitian oleh Hanuma & Kiswara (2010) dan Arwinda & Sari (2015) menegaskan bahwa indikator seperti pertumbuhan pendapatan, profitabilitas, margin laba, likuiditas, dan struktur modal merupakan dasar utama dalam menilai kesehatan suatu organisasi. Kurniati (2021) menyatakan bahwa perspektif keuangan merupakan hasil akhir dari efektivitas proses internal dan strategi organisasi. Di sektor media, Kamal & Tresani (2019) menunjukkan bahwa implementasi BSC dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan dengan meningkatkan efisiensi dan kualitas pengambilan keputusan.

Perspektif Pelanggan

Perspektif pelanggan berfokus pada kemampuan perusahaan untuk memahami kebutuhan pelanggan, kepuasan, loyalitas, dan nilai yang diberikan. Menurut Kaplan & Norton (2015), pelanggan berada di pusat strategi korporat yang berorientasi pada pertumbuhan. Sinaga & Sinaga (2020) menyatakan bahwa dalam industri media, kesuksesan perusahaan sangat dipengaruhi oleh kemampuannya untuk menarik *audiens*, memperkuat keterlibatan, dan beradaptasi dengan perubahan preferensi konsumen yang semakin digital. Widaningrum & Kabul (2014) memperkuat pandangan ini dengan menekankan bahwa bisnis berbasis layanan sangat bergantung pada persepsi kualitas, pengalaman, dan hubungan yang dibangun dengan pelanggan.

Perspektif Proses Bisnis Internal

Perspektif ini mengevaluasi efektivitas proses operasional yang memberikan nilai tambah bagi pelanggan. Kaplan & Norton (2015) menjelaskan bahwa proses internal yang efektif mencakup inovasi, efisiensi produksi, kemampuan pemasaran, dan kualitas layanan. Alimudin (2017) menekankan bahwa BSC membantu organisasi mengidentifikasi kelemahan dalam proses internal sehingga mereka dapat meningkatkan strategi operasional mereka. Dalam konteks perusahaan media, Wutun (2020) menunjukkan bahwa kesuksesan proses internal, khususnya inovasi konten dan efektivitas produksi digital, memiliki dampak langsung terhadap peningkatan kinerja pelanggan dan keuangan. Wutun & Man (2023) menambahkan bahwa proses internal merupakan faktor penting dalam transformasi digital perusahaan milik negara dan swasta.

Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan

Perspektif pembelajaran dan pertumbuhan berkaitan dengan pengembangan sumber daya manusia, kemampuan organisasi, budaya kerja, dan teknologi pendukung. Kaplan & Norton (2015) menyatakan bahwa perspektif ini merupakan landasan bagi kesuksesan jangka panjang suatu perusahaan. Aini dkk. (2023) menemukan bahwa pembelajaran organisasi dan penguatan kompetensi karyawan sangat penting bagi keberlanjutan inovasi, terutama di sektor pendidikan dan organisasi modern. Sementara itu, Nasir (2025) menekankan bahwa peningkatan kinerja layanan publik dan perusahaan swasta sangat bergantung pada kapasitas sumber daya manusia dan proses pembelajaran berkelanjutan. Hal ini diperkuat oleh penelitian Febriyanti & Sixpria (2024), yang menunjukkan bahwa kemampuan sumber daya manusia dalam memahami strategi dan teknologi merupakan faktor penentu utama kinerja perusahaan berbasis produk dan layanan.

Penerapan *Balanced Scorecard* di Berbagai Sektor

Sejumlah penelitian telah membuktikan bahwa *Balanced Scorecard* efektif ketika diterapkan di berbagai sektor industri. Kurniati (2021) menunjukkan penerapannya di sektor kesehatan, sementara Widaningrum & Kabul (2014) menerapkannya pada usaha kecil dan menengah. Arwinda & Sari (2015) menerapkannya pada perusahaan jasa, dan Kamal & Tresani (2019) pada sektor media ritel. Sinaga & Sinaga (2020), Wutun (2020), dan Wutun & Man (2023) menunjukkan efektivitas BSC di sektor media digital dan penerbitan. Sementara itu, penelitian oleh Malut dkk. (2025) menekankan bahwa BSC dapat menjadi alat untuk mengintegrasikan transformasi digital di perusahaan perbankan regional. Berbagai studi ini menegaskan bahwa BSC adalah alat yang fleksibel yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja organisasi dengan berbagai model bisnis.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan metode analisis dokumen, di mana semua data diperoleh dari Laporan Tahunan dan Keberlanjutan 2024 PT Mahaka Media Tbk serta data perbandingan dari tahun-tahun sebelumnya yang tercantum dalam laporan keuangan perusahaan. Pendekatan ini dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kinerja perusahaan melalui serangkaian perhitungan rasio, pertumbuhan, dan indikator kuantitatif yang relevan dengan empat perspektif *Balanced Scorecard*.

Data keuangan seperti pendapatan, laba bersih, total aset, total liabilitas, ekuitas, dan komponen laporan laba rugi serta neraca digunakan sebagai dasar perhitungan. Analisis dilakukan dengan menghitung berbagai rasio keuangan seperti margin bruto, margin laba

bersih, margin operasional, *return on assets* (ROA), rasio lancar, dan rasio utang terhadap aset. Selain itu, perhitungan pertumbuhan pendapatan dan pertumbuhan laba bersih dilakukan menggunakan metode analisis perubahan persentase tahun ke tahun. Teknik perhitungan ini digunakan untuk mengevaluasi efektivitas kinerja perusahaan dari perspektif keuangan dalam *Balanced Scorecard*.

Dari perspektif pelanggan, proses internal, dan pembelajaran serta pertumbuhan, penelitian ini terus menggunakan pendekatan kuantitatif melalui pengukuran rasio-rasio relevan, seperti margin kotor sebagai *proxy* untuk nilai yang diberikan kepada pelanggan, rasio biaya operasional sebagai indikator efisiensi proses internal, dan ROA sebagai *proxy* untuk produktivitas pembelajaran dan pertumbuhan. Indikator-indikator yang tidak tersedia secara numerik dalam laporan tahunan dianalisis secara deskriptif berdasarkan informasi perusahaan mengenai aktivitas layanan, inovasi digital, dan program pengembangan sumber daya manusia.

Analisis ini dilakukan dalam tiga tahap utama. Pertama, pengumpulan dan ekstraksi data dari laporan tahunan perusahaan. Kedua, perhitungan indikator kuantitatif menggunakan rumus keuangan yang digunakan dalam analisis *Balanced Scorecard*. Ketiga, interpretasi hasil perhitungan berdasarkan teori *Balanced Scorecard* Kaplan & Norton dan perbandingan dengan temuan penelitian relevan seperti yang dilakukan oleh Kurniati (2021), Hanuma & Kiswara (2010), Arwinda & Sari (2015), Kamal & Tresani (2019), dan studi lain dalam literatur. Dengan pendekatan ini, penelitian ini mampu memberikan gambaran komprehensif tentang kinerja PT Mahaka Media Tbk dari aspek keuangan dan non-keuangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis kinerja PT Mahaka Media Tbk pada tahun 2024 berdasarkan empat perspektif *Balanced Scorecard* menunjukkan kemajuan yang signifikan di beberapa bidang, meskipun tantangan struktural seperti kondisi ekuitas negatif masih perlu diatasi. Gambaran komprehensif tentang empat perspektif tersebut dijelaskan sebagai berikut.

1. Perspektif Keuangan

Pada tahun 2024, PT Mahaka Media Tbk mencatat pendapatan sebesar Rp 208,64 miliar, meningkat dari Rp 200,77 miliar pada tahun 2023. Peningkatan ini menunjukkan kinerja keuangan yang lebih baik meskipun industri media nasional masih menghadapi tekanan. Pertumbuhan persentase pendapatan dapat dihitung sebagai berikut:

- Pertumbuhan Pendapatan

$$\begin{aligned}\text{Pertumbuhan pendapatan} &= \frac{\text{Pendapatan}_{2024} - \text{pendapatan}_{2023}}{\text{Pendapatan}_{2023}} \times 100\% \\ &= \frac{208,64 - 200,77}{200,77} \times 100\% \\ &= \frac{7,87}{200,77} \times 100\% = 3,92\%\end{aligned}$$

Kenaikan 3,92% ini menunjukkan adanya perbaikan kinerja penjualan, terutama dari lini bisnis digital seperti Noice dan MahakaX. Selain pendapatan, Perusahaan juga berhasil mencatat **laba** bersih sebesar Rp5,58 miliar pada tahun 2024, meningkat signifikan dibandingkan kerugian tahun 2023 sebesar Rp52,41 miliar. Pertumbuhan laba bersih dapat dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Growth Laba Bersih} &= \frac{5,58 - (-52,41)}{(-52,41)} \times 100\% \\ &= \frac{57,99}{52,41} \times 100\% \\ &= 110,64\% \end{aligned}$$

Pertumbuhan laba bersih sebesar 110,64% ini dipengaruhi oleh efisiensi biaya, peningkatan pendapatan digital, serta pengurangan kerugian dari lini usaha sebelumnya.

- *Profit Margin*

Profit margin diukur untuk melihat kemampuan pendapatan menghasilkan laba bersih.

$$\begin{aligned} \text{Profit Margin} &= \frac{5,58}{208,64} \times 100\% \\ &= 2,67\% \end{aligned}$$

Nilai *profit margin* 2,67% menunjukkan bahwa dari setiap Rp100 pendapatan, Perusahaan menghasilkan laba Rp2,67. Meskipun masih tergolong kecil, hal ini jauh lebih baik dibandingkan tahun 2023 yang merugi.

- *Operating Margin*

$$\begin{aligned} \text{Operating Margin} &= \frac{\text{Laba Operasi}}{\text{Pendapatan}} \times 100\% \\ &= \frac{-10,29}{208,64} \times 100\% \\ &= -4,94\% \end{aligned}$$

Angka ini menunjukkan bahwa meskipun Perusahaan sudah mencetak laba bersih, operasional ini masih belum menghasilkan keuntungan. Hal ini umum terjadi pada Perusahaan media yang sedang memperluas investasi digital.

- *Current Ratio*

$$\begin{aligned} \text{Current Ratio} &= \frac{123,23}{209,69} \times 100\% \\ &= 58,77\% \end{aligned}$$

Rasio ini menggambarkan kemampuan likuiditas jangka pendek Perusahaan yang masih rendah karena aset lancar belum mampu menutupi seluruh kewajiban lancar.

- *Debt to Assets Ratio*

$$\begin{aligned} \text{Debt to Assets Ratio} &= \frac{356,64}{242,93} \times 100\% \\ &= 146,81\% \end{aligned}$$

Nilai ini menunjukkan struktur permodalan masih sangat rentan karena liabilitas melebihi aset. Secara keseluruhan, kinerja keuangan PT Mahaka Media Tbk pada 2024 memperlihatkan pemulihan yang signifikan. Pendapatan tumbuh 3,92%, laba bersih meningkat drastis 110,64%, dan profit margin Kembali positif. Namun demikian, posisi keuangan jangka Panjang masih menghadapi tantangan berupa ekuitas negatif dan tingginya liabilitas, sehingga strategi efisiensi biaya dan peningkatan profitabilitas harus menjadi prioritas.

2. Perspektif Pelanggan

Dari perspektif pelanggan, PT Mahaka Media Tbk mencatat pertumbuhan positif, terutama di lini digitalnya seperti Noice, MahakaX, dan unit pemasaran Inspire. Meskipun data pelanggan tidak tersedia secara eksplisit dalam laporan singkat ini, kesuksesan perusahaan dalam meraih Penghargaan Acara Asia-Pasifik 2024 menunjukkan peningkatan penerimaan dan keterlibatan pelanggan. Untuk memberikan gambaran kuantitatif, berikut ini merupakan rasio margin kotor yang menunjukkan nilai yang diterima pelanggan dibandingkan biaya.

- *Gross Margin*

$$\begin{aligned} \text{Gross Margin} &= \frac{76,40}{208,64} \times 100\% \\ &= 36,62\% \end{aligned}$$

Margin kotor sebesar 36,62% menunjukkan bahwa produk dan layanan Perusahaan memberikan nilai yang cukup baik bagi pelanggan, mencerminkan keberhasilan strategi konten digital. Peningkatan *engagement* serta nilai margin yang stabil mendukung kesimpulan bahwa Perusahaan mengalami peningkatan persepsi dan loyalitas pelanggan.

3. Perspektif Proses Bisnis Internal

Proses internal dievaluasi melalui efisiensi operasional dan kemampuan Perusahaan menghasilkan keuntungan dari aktivitas inti.

- Rasio Beban Usaha terhadap Pendapatan

$$\begin{aligned} \text{Operating Expense Ratio} &= \frac{86,70}{208,64} \times 100\% \\ &= 41,55\% \end{aligned}$$

Angka ini menunjukkan bahwa 41,55% pendapatan digunakan untuk biaya operasional

- *Operating Margin*

Sudah dihitung yaitu -4,94%

Proses internal PT Mahaka Media Tbk sebenarnya sudah membaik karena Perusahaan mampu menekan kerugian, tetapi margin operasi yang masih negatif menunjukkan perlunya efisiensi lanjutan terutama dalam biaya pemasaran digital, produksi konten, dan aktivitas umum.

4. Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan

Laporan tahunan menunjukkan investasi dalam pelatihan sumber daya manusia, pengembangan kompetensi digital, kolaborasi kreatif, dan peningkatan kemampuan teknologi.

Karena tidak ada angka kuantitatif spesifik, indikator yang digunakan adalah proxy dalam bentuk produktivitas pendapatan relatif terhadap total aset:

- *Return On Assets (ROA)*

$$ROA = \frac{5,58}{242,93} \times 100\% \\ = 2,30 \%$$

ROA positif menunjukkan bahwa investasi pada sumber daya manusia dan inovasi proses mulai memberikan hasil. Dengan meningkatnya pendapatan digital, Perusahaan menunjukkan kemampuan untuk memanfaatkan aset yang ada secara lebih produktif.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kinerja PT Mahaka Media Tbk pada tahun 2024 menggunakan pendekatan *Balanced Scorecard*, yang mencakup empat perspektif, yaitu keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, dan pembelajaran dan pertumbuhan. Berdasarkan hasil perhitungan dan analisis kuantitatif yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kinerja perusahaan menunjukkan perkembangan positif, meskipun masih terdapat beberapa tantangan struktural yang perlu diatasi. Dari perspektif keuangan, perusahaan mengalami pemulihan kinerja yang signifikan dibandingkan dengan tahun 2023. Pendapatan meningkat sebesar 3,92%, sementara laba bersih meningkat secara dramatis sebesar 110,64%, menghasilkan margin laba positif sebesar 2,67%. Hal ini menunjukkan kesuksesan perusahaan dalam meningkatkan efisiensi biaya dan kinerja penjualan, terutama di lini digital. Namun, perusahaan masih berada dalam posisi ekuitas negatif dan memiliki tingkat liabilitas yang tinggi, sebagaimana tercermin dalam rasio utang terhadap aset sebesar 146,81%. Dari perspektif pelanggan, Mahaka Media telah menunjukkan peningkatan nilai dan keterlibatan melalui penguatan layanan digital seperti Noice dan MahakaX, serta kesuksesannya dalam memenangkan Penghargaan Acara Asia-Pasifik 2024. Hal ini menunjukkan peningkatan dalam persepsi kualitas layanan dan loyalitas pelanggan, meskipun perusahaan masih perlu meningkatkan kapasitas akuisisi dan retensi pelanggan melalui metrik data yang lebih terukur. Perspektif proses bisnis internal menunjukkan bahwa perusahaan telah melakukan inovasi signifikan melalui optimalisasi produksi konten digital, layanan pemasaran kreatif, dan integrasi sistem di berbagai unit bisnis. Namun, rasio biaya operasional sebesar 41,55% dan margin operasional negatif (-4,94%) menunjukkan bahwa efisiensi operasional masih perlu ditingkatkan agar dapat menghasilkan keuntungan yang berkelanjutan. Dari perspektif pembelajaran dan pertumbuhan, PT Mahaka Media Tbk telah memperkuat kompetensi sumber daya manusianya melalui pelatihan digital dan pengembangan budaya kreatif. Indikator produktivitas berbasis ROA, yang mencapai 2,30%, menunjukkan bahwa perusahaan mulai mampu memanfaatkan aset dan sumber daya

internalnya secara lebih efektif, meskipun masih perlu memperkuat manajemen talenta dan pengembangan teknologi. Secara keseluruhan, empat perspektif Balanced Scorecard menunjukkan bahwa PT Mahaka Media Tbk berada pada tahap pemulihan dan transformasi positif, terutama dalam lini bisnis digitalnya. Namun, agar pertumbuhan dapat berkelanjutan, perusahaan perlu memperkuat fondasi keuangan, meningkatkan efisiensi, memperluas basis pelanggan, dan memperkuat kemampuan sumber daya manusianya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aini, L., Hanifah, S. R., & Fitroh, F. (2023). Penerapan Balance Scorecard pada Perguruan Tinggi di Indonesia: Tinjauan Literatur Sistematis. *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 9(1). <https://doi.org/10.28932/jutisi.v9i1.5712>
- [2] Alimudin, A. (2017). ANALISIS PENCAPAIAN STRATEGI MENGGUNAKAN BALANCED SCORECARD. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 2302-2663. <https://doi.org/10.21009/JPEB>
- [3] Bernadethe, M., Gelu Wutun, M., Man, S., Mawarni, M. B., & Wutun, G. (2023). Balanced scorecard: Performance measurement of state-owned enterprises. *Journal of Management Science (JMAS)*, 6(4), 714-720. www.exsys.iocspublisher.org/index.php/JMAS
- [4] Febriyanti, D., & Sixpria, N. (2024). PENGUKURAN KINERJA BALANCED SCORECARD PERUSAHAAN INDUSTRI PRODUK PERAWATAN TUBUH YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2020-2023.
- [5] Fitriana Kurniati. (2021). PENERAPAN BALANCE SCORECARD DALAM ANALISIS KINERJA RUMAH SAKIT DI INDONESIA.
- [6] Hanuma, S. (2010). ANALISIS BALANCE SCORECARD SEBAGAI ALAT PENGUKUR KINERJA PERUSAHAAN
- [7] Kamal, M. F., & Tresani, N. (2019). PENGARUH IMPLEMENTASI BALANCED SCORECARD TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN PADA PT GRAMEDIA ASRI MEDIA
- [8] Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2003). *Balanced Scorecard INSIGHT, EXPERIENCE & IDEAS FOR STRATEGY-FOCUSED ORGANIZATIONS Strategic Job Families*. <http://bsr.harvardbusinessonline.org>
- [9] Lestari, D., ; W., & Kabul, I. (2014). IMPLEMENTASI BALANCED SCORECARD PADA UNIT USAHA KECIL MENENGAH: STUDI KASUS SEBUAH RESTORAN DI JAKARTA.
- [10] Malut, M. G., Baso, S. P., & Timuneno, A. Y. W. (2025). Integrasi Transformasi Digital melalui Pendekatan Balanced Scorecard pada PT. Bank NTT. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 6(4), 963-975. <https://doi.org/10.35912/jakman.v6i4.4335>
- [11] Mawarni, M. B., Wutun, G., Ekonomika, F., Bisnis, D., & Kupang, U. (2020). ANALISIS BALANCED SCORECARD DALAM PENGUKURAN KINERJA RADIO REPUBLIK INDONESIA KUPANG ANALYSIS OF BALANCED SCORECARD IN MEASURING RADIO PERFORMANCE OF RADIO REPUBLIK INDONESIA KUPANG. In *Jurnal Inspirasi Ekonomi* (Vol. 2, Issue 4). Online.
- [12] MAYA SARI. (2015). ANALISIS BALANCED SCORECARD SEBAGAI ALAT PENGUKURAN KINERJA PERUSAHAAN PT. JAMSOSTEK CABANG BELAWAN.
- [13] Nasir. (2025). *Manajemen Strategis Berbasis Balanced Scorecard dalam Peningkatan Kinerja Layanan Publik di PT Pelindo Regional 4 Makassar*.
- [14] Suryani, Y. T. (2016). IMPLEMENTASI BALANCED SCORECARD DALAM PENGUKURAN KINERJA MANAJEMEN RUMAH SAKIT Endang Dwi Retnani Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia

(STIESIA) Surabaya.

- [15] Victor Cornelis Sinaga, J. T. G. - S. (n.d.). *BUSINESS PERFORMANCE: BALANCED SCORECARD ANALYSIS FOR INDONESIA PUBLISHING HOUSE (IPH)*.