

ABSTRAK

PT Telkom Satelit Indonesia (Telkomsat) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perbisnisan satelit, dari sabang sampai merauke. Performa bisnis PT Telkosmat dipengaruhi oleh mitra bisnis atau pemasok. Untuk mencapai performa bisnis yang sesuai diharapkan dan mengalami kenaikan yang signifikan, perusahaan harus jeli dalam melakukan penilaian, pemilihan, serta seleksi mitra bisnis, di mana performa mitra bisnis akan sangat memengaruhi performa bisnis perusahaan. Diperlukannya sistem penilaian dan pemilihan mitra bisnis yang efektif dan efisien serta objektif dalam penilaian dan pemilihan mitra bisnis, namun sistem penilaian yang diterapkan (eksisting) oleh perusahaan, tidak efektif dan cenderung subjektif, maka dari itu diperlukannya perancangan ulang dan pengembangan sistem penilaian mitra bisnis perusahaan. Perancangan ulang dan pengembangan ini dilakukan menggunakan model dan metode *alliance scorecard*, guna menjabarkan dan lebih memperjelas perspektif dan indikator dari tiap perspektif penilaian. Pemilihan dan perancangan perspektif serta indikator tersebut dilakukan dengan studi pustaka terhadap jurnal internasional terdahulu, lalu dilanjutkan dengan *focus group discussion* (FGD) dengan *subject matter expert* (SME) yang langsung sangat berperan dan berkompeten dalam penilaian dan pemilihan mitra bisnis. Perhitungan bobot prioritas perspektif dan indikator dilakukan dengan metode *analytic hierarchy process*. Empat perspektif tersebut adalah *quality*, *cost*, *deivery*, dan *customer support* dengan masing-masing bobot prioritas adalah 33%, 28%, 23%, dan 16%. Simulasi dilakukan dengan pengambilan sampel tiga mitra bisnis lokal, yaitu AMK, Selindo Alfa, dan Aditech Matra.

Kata Kunci : Pengukuran Kinerja Mitra Bisnis, *Alliance Scorecard*, *Key Performance Indicator*