**BAB II**

**TEORI DASAR *PESTLE ANALYSIS*, *TEXT ANALYSIS*, DAN *DASHBOARD***

1. **Definisi Lingkungan Eksternal Organisasi**

Menurut FME (2013: 6) lingkungan eksternal organisasi merupakan kumpulan faktor yang mempengaruhi kegiatan organisasi. Faktor-faktor ini berada di luar organisasi sehingga organisasi tidak bisa mengatur dan mengontrolnya. Pendapat dari Kelly, dkk. (2013: 12) juga mendukung hal ini bahwa lingkungan eksternal organisasi adalah kumpulan faktor yang berdampak pada organisasi. Pada penjelasannya, Kelly juga menjelaskan bahwa dampak yang terjadi bisa secara langsung maupun tidak langsung serta masing-masing faktor mempunyai derajat kepentingan dan signifikansi perubahan terhadap organisasi. Salah satu sumber lagi yang memperkuat kedua sumber sebelumnya adalah dari Elearn (2008: 2) yang juga mendefinisikan lingkungan eksternal organisasi sebagai kumpulan faktor yang mempengaruhi organisasi. Namun kumpulan faktor ini mempunyai konteks yang berbeda satu sama lain sehingga organisasi menanganinya sesuai konteksnya.

Berbeda dari ketiga definisi di atas, Cadle, dkk. (2010: 2) menyebutkan lingkungan eksternal organisasi sebagai kumpulan perubahan dibandingkan kumpulan faktor. Kumpulan perubahan ini didefinisikan sebagai perubahanan yang sedang terjadi maupun yang diprediksi akan terjadi. Perubahan-perubahan ini terjadi secara konstan dan mempengaruhi keberjalanan organisasi. Sedangkan berdasarkan pendapat Worthington, dkk. (2006: 5) lingkungan eksternal organisasi adalah kumpulan dari pengaruh yang luas yang berdampak pada aktifitas bisnis organisasi. Kumpulan pengaruh ini bukan hanya berdampak pada cara organisasi itu beroperasi tetapi juga mempengaruhi cara organisasi mendapatkan sumber dayanya dan cara organisasi membentuk produknya. Hal ini dikarenakan sumber daya dan produk berasal dari luar organisasi yaitu lingkungan eksternal organisasi tersebut berjalan.

Berdasarkan kelima sumber di atas, sebagian besar mendefinisikan lingkungan eksternal organisasi sebagai kumpulan faktor yang berdampak pada aktifitas organisasi. Hanya ada dua sumber yang menyebutnya sebagai kumpulan perubahan dan kumpulan pengaruh. Pada dasarnya hal ini merujuk pada makan yang sama. Faktor-faktor yang didefinisikan adalah faktor yang mempengaruhi organisasi dan hal ini juga bisa disebut sebagai pengaruh. Sedangkan untuk kumpulan perubahan, Cadle, dkk. juga mendefinisikannya sebagai perubahan yang berpengaruh terhadap keberjalanan organisasi yang juga bisa disebut sebagai pengaruh. Oleh karena itu dapat disimpulkan lingkungan eksternal organisasi adalah kumpulan pengaruh yang berdampak pada keberjalanan organisasi.

Selanjutnya, kelima sumber tersebut menyebutkan definisinya masing-masing untuk menggambarkan lebih lengkap lingkungan eksternal organisasi, caranya dalam mempengaruhi, dan dampaknya pada keberjalanan organisasi. Berdasarkan empat sumber di atas dapat disimpulkan bahwa lingkungan eksternal organisasi mempunyai derajat kepentingan dan signifikansi perubahan, masing-masing memiliki konteks tertentu, tidak bisa dikendalikan dan dikontrol oleh organisasi, serta terdiri dari yang sedang terjadi dan diprediksi akan terjadi. Sedangkan cara berpengaruhnya, menurut Kelly, dkk. bisa secara langsung maupun tidak langsung. Di samping itu, menurut Worthington, dkk. dampaknya tidak hanya pada proses utama melainkan cara organisasi mendapatkan sumber daya dan membentuk produknya.

1. ***PESTLE Analysis***

*PESTLE analysis* adalah teknik yang menyediakan kerangka kerja untuk menginvestigasi dan menganalisis lingkungan eksternal sebuah organisasi. Kerangka kerja ini mengidentifikasi 6 area kunci yang harus dipertimbangkan ketika proses mengidentifikasi sumber dari perubahan atau pengaruh dari lingkungan eskternal organisasi. Enam faktor tersebut adalah *Political, Economic*, *Social*, *Technological*, *Legal*, dan *Environment* (Cadle, dkk., 2010: 3). Kelly (2013: 22) juga mendukung hal tersebut, di dalam bukunya dia menyebutkan bahwa *PESTLE analysis* merupakan teknik yang umum untuk menganalisis lingkungan eksternal yang *general* dari sebuah organisasi dalam hal ini yaitu politik, ekonomi, sosial-budaya, teknologi, lingkungan, dan legal.

Menurut FME (2013: 6), teknik *PESTLE analysis* merupakan kakas yang populer yang dapat digunakan untuk membantu mempertimbangkan isu dari politik, ekonomi, sosial, teknologi, legal, dan lingkungan. Menururt Elearn (2009: 75) bahkan teknik *PESTLE analyisis* merupakan teknik yang sempurna untuk menganalisis lingkungan makro dari sebuah organisasi. Berdasarkan hal-hal yang telah dikemukakan di atas teknik *PESTLE analysis* merupakan teknik analisis yang tepat untuk mengidentifikasi setiap isu yang ada di lingkungan eksternal organisasi. Dalam hal ini terdiri dari enam aspek yaitu politik, ekonomi, sosial, teknologi, legal, dan lingkungan.

Menurut FME (2013: 8), teknik *PESTLE analysis* bisa digunakan ketika hal-hal di bawah ini akan dilakukan oleh organisasi:

1. Mengeluarkan produk atau layanan baru
2. Membuka canag di daerah atau negara baru
3. Mempertimbangakn jalur baru untuk pemasaran
4. Bekerja seagai bagian dari tim strategis proyek

Tujuan dari *PESTLE analysis*, menurut FME (2013: 7), adalah untuk mengidentifikasi sebanyak mungkin faktor yang mempunyai dampak terhadap organisasi. Dalam hal ini, lebih penting untuk mengidentifikasi isu dari faktor-faktor tersebut daripada menyelesaikannya. Lebih jauh lagi adalah mendiskusikan tentang implikasinya dibandingkan dengan mencari solusinya (FME, 2013: 10).

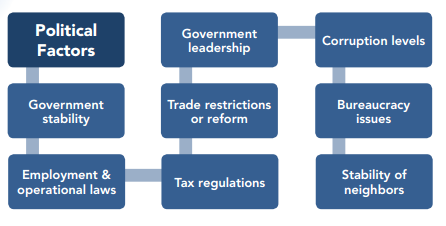
Menurut FME (2013: 10), langkah-langkah dalam melakukan *PESTLE Analysis* adalah sebagai berikut.

1. Mengidentifikasi seluruh faktor yang ada di lingkungan eksternal dan di luar kontrol organisasi
2. Megidentifikasi isu dari masing-masing faktor yang telah diidentifikasi sebelumnya
3. Memberikan nilai derajat kepentingan isu terhadap organisasi
4. Memberikan nilai derajat kemungkinan isu tersebut untuk terjadi
5. Mengidentifikasi implikasi jika isu tersebut terjadi
6. **Enam Faktor *PESTLE Analysis***

Berdasarkan pengertian yang dijelaskan di atas terdapat enam faktor yang diidentifikasi dalam teknik *PESTLE analysis*. Keenam faktor tersebut adalah politik, ekonomi, sosial, teknologi, legal, dan lingkungan. Faktor-faktor yang diidentifikasi dalam *PESTLE Analysis* mempunyai derajat kepentingan yang berbeda untuk setiap organisasi. Hal ini tergantung pada fokus utama organisasi tersebut. Namun biasanya faktor yang diprediksi akan berubah atau menimbulkan Isu dalam masa yang akan datang akan mempunyai tingkat kepentingan yang besar (FME, 203: 8). Berikut ini akan dijelaskan detail dari masing-masing faktor.

1. **Faktor *politic***

Isu-isu yang termasuk ke dalam aspek *politic* umumnya berasal dari regulasi pemerintahan. Selain pemerintahan, sumber lain dari isu-isu aspek *politic* adalah dari regulasi yang dikeluarkan oleh perserikatan negara-negara regional. Salah satu contohnya adalah perdagangan bebas barang dan jasa di area Eurpean Union. Untuk lebih detailnya, FME (2013: 12) menjabarkan isu-isu yang termasuk ke dalam aspek *politic* pada Gambar II-1 berikut.

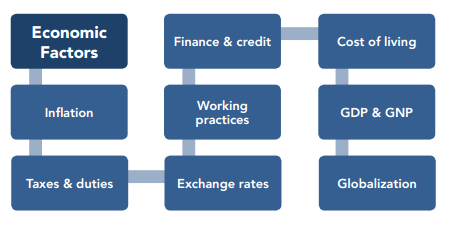


Gambar II- 1 Isu dalam aspek *politic* (FME, 2013: 12)

Hal yang patut diperhatikan adalah walaupun keadaan politik suatu area terbilang stabil namun ada kalanya terjadi perubahan regulasi di tingkat jajaran tinggi dan hal ini dapat berdampak serius bagi organisasi (FME, 2013: 12). Selain itu, perlu diperhatikan pula tingkat birokrasi di suatu negara atau area regional. Jadi, walaupun investasinya berjalan lancar tetapi tingkat birokrasi rumit, hal ini akan membuat keuntungan sedikit (FME, 2013: 13).

1. **Faktor *economy***

Pada umumnya, isu dari aspek *economy* yang perlu diperhatikan adalah keadaan ekonomi di negara tempat organisasi tersebut berada. Namun, jika operasi organisasi tersebut berkembang luas menjangkau beberapa negara maka keadaan ekonomi di negara-negara lain pun perlu diawasi (Cadle, 2010: 4). Lebih detailnya, FME (2013: 13) menjabarkan hal-hal yang termasuk ke dalam Isu dalam aspek *economy* ke dalam Gambar II-2 berikut.

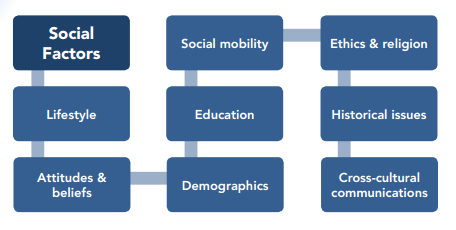


Gambar II- 2 Isu dalam aspek *economy* (FME, 2013: 13)

Tingkat inflasi di suatu negara akan mempengaruhi daya beli target pasar negara tersebut sehingga akan sangat menetukan cara organisasi menentukan harga produk mereka. Sedangkan untuk keadaan finansial dan kredit serta biaya hidup akan menggambarkan keadaan ekonomi target pasar negara tersebut. Sedangkan untuk nilai GDP dan GNP akan menggambarkan lebih detail mengenai keadaan ekonomi secara keseluruhan (FME, 2013: 13-14).

1. **Faktor *social***

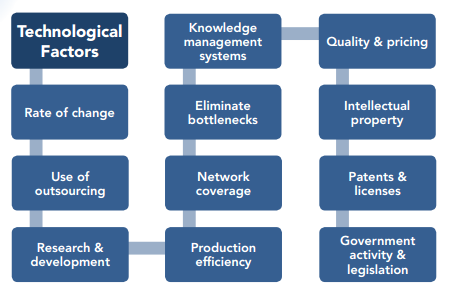
Isu dari aspek *social* umumnya berasal dari *customer*. Perubahannya biasanya samar-samar dan sulit diprediksi atau diidentifikasi sampai ada dampak yang terjadi (Cadle, 2010: 4). Aspek *social* akan sangat berpengaruh dalam pasar lokal maupun internasional. Identifikasi isu sosial secara salah akan merugikan organisasi secara finansial (FME, 2013: 15). Untuk lebih detail, FME (2013: 15) menjabarkan lebih lengkap isu-isu yang termasuk ke dalam aspek *social* pada Gambar II-3 berikut.



Gambar II- 3 Isu dalam aspek *social* (FME, 2013: 15)

1. **Faktor *technology***

Isu dalam dalam aspek *technology* menjadi faktor kunci yang akan berdampak besar pada rencana jangka panjang organisasi. Hal ini dikarenakan sumber perubahan pada bidang teknologi terjadi secara cepat dan sangat dinamis sehingga rencana jangka panjang organisasi tidak akan sama lagi. Ditambah lagi sumber perubahan tersebut juga bisa datang dari hal yang tidak terduga. Hal-hal yang saat ini mustahil bisa saja menjadi umum digunakan di masa depan karena perkembangan teknologi (FME, 2013: 16). Untuk lebih jelasnya, Gambar II-4 berikut adalah isu-isu yang perlu diperhatikan di dalam aspek *technology*:

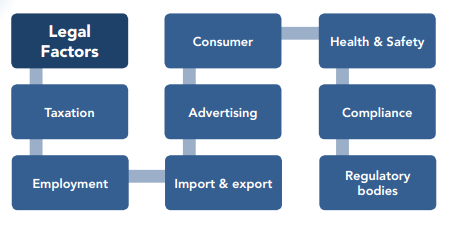


Gambar II- 4 Isu dalam aspek *technology* (FME, 2013: 16)

Pengidentifikasian Isu dalam dalam aspek *technology* selain untuk pernyesuain keberjalanan organisasi juga bisa dimanfaatkan organisasi sebagai kesempatan (FME, 2013: 17). Sebagai contoh, terjadi perkembangan lebih mutakhir di bidang *knowledge-based system* tetapi hal tersebut kurang berdampak pada organisasi. Sebagai gantinya organisasi justru bisa mengadopsi perkembangan teknologi tersebut untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi kegiatan organisasi.

1. **Faktor *legal***

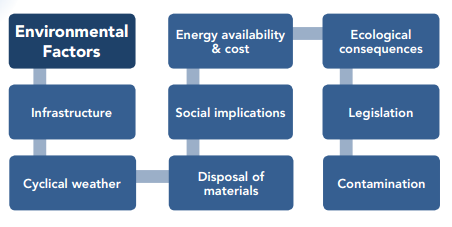
Isu-isu dalam aspek *legal* merupakan hal vital bagi keberjalanan organisasi. Beberapa decade terakhir peraturan mengenai *legal* mengalami perubahan signifikan mulai dari cakupan sampai kedalaman. Kepatuhan terhadap *legal* sudah menjadi isu penting selama periode sekarang dan menjadi tugas penting bagi *business analyst* untuk diperhatikan (Cadle, 2010: 4). Gambar II-5 berikut menunjukkan detail dari isu-isu yang ada di aspek *legal*:



Gambar II- 5 Isu dari aspek *legal* (FME, 2013: 18)

1. **Faktor *environment***

Isu dari aspek *environment* timbul dari masalah mengenai lingkungan hidup, dalam beberapa kesempatan disebut sebagai *green issue* (Cadle, 2010: 5). Isu perlindungan terhadap lingkungan ini meningkat secara signifikan akhir-akhir ini. Hal ini dikarenakan masyarakat di sekitar organisasi yang terkena dampak secara langsung sehingga mereka lebih sadar dan mengusulkan kebijakan-kebijakan kepada pemerintah. Kebijakan-kebijakan ini bisa mendatangkan sanksi yang cukup berat jika organisasi tidak mematuhinya (FME, 2013: 20). Gambar II-6 berikut menunjukkan detail dari isu-isu yang ada di aspek *environment*:



Gambar II- 6 Isu dalam aspek *environment* (FME, 2013: 20)

1. **Teknologi *Text Analysis***

*Text analysis* adalah proses pembentukan struktur pada sebuah teks dan membuatnya dapat diolah oleh komputer. Setelah teks tersebut menjadi terstruktur, data bisa diekstraksi untuk *business intellifence* dan digunakan untuk pengambilan keputusan. Untuk sebuah *enterprise*, proses *text analysis* dilakukan oleh perangkat lunak bukan secara manual (Turian, 2013: 2). *Text analysis* dapat diaplikasikan di dalam dokumen lingkungan internal organisasi maupun lingkungan eksternal seperti pada halaman *web* dan media sosial. Setelah pengumpulan data yang relevan kemudian dilakukan proses panjang *text analysis*. Proses panjang ini terdiri dari beberapa komponen sebagai berikut (Turian, 2013: 3).

1. ***Language detection***

Secara umum, langkah pertama dari serangkaian proses *text analysis* adalah mengkategorikan dokumen berdasarkan bahasa. Bahkan sebuah organisasi yang melakukan analisis untuk lebih dari satu bahasa menginginkan laporan yang terpisah untuk masing-masing bahasa (Turian, 2013: 3). Untuk saat ini sebagian besar *text analysis* paling banyak diimplementasikan untuk dokumen maupun halaman *web* yang menggunakan bahasa Inggris.

1. ***Text extraction***

Ketika pengumpulan bahan untuk diproses, dalam hal ini adalah halaman *web*, bahan tersebut masih dalam bentuk satu paket kode-kode HTML yang mengandung kompenen-komponen penyusunnya seperti menu, *link*, dan iklan. Proses *text extraction* bertujuan untuk mengeluarkan teks dari halaman *web* tersebut yang penting dan mengabaikan bagian lain seperti iklan, navigasi, dan konten lain yang tidak penting atau relevan (Turian, 2013: 4). Proses ini merupakan proses yang paling penting dan menentukan hasil akhir karena teks hasil ekstraksi yang dihasilkan akan menjadi bahan utama untuk proses analisis selanjutnya.

1. ***Keyword extraction***

Kata kunci topik adalah variasi frase yang tersebar di seluruh dokumen atau halaman *web*. Kata kunci ini berguna ketika ingin mendapatkan variasi bahasan yang luas dan untuk memahami keragaman dari terminologi yang digunakan (Turian, 2013: 4). Jadi, dengan didapatkannya kata kunci yang ada di sebuah dokumen atau halaman *web* maka akan menggambarkan isi dokumen tersebut secara umum dan menyeluruh.

1. ***Concept extraction***

Konsep adalah ide utama atau abstrak yang dibahas di dalam sebuah teks, tidak peduli hal tersebut disebut secara eksplisit atau tidak. Misalnya, sebuah artikel yang mengandung kata “iPhone” dan “Android” maka akan mempunyai konsep “Mobile phone”. Konsep mempunyai nama kanonikal yang tunggal dan variasi frasa akan digabungkan membentuk nama kanonikal (Turian, 2013: 4). Berdasarkan konsep yang diektraksi maka akan menggambarkan tema atau topik dari sebuah dokumen atau halaman *web*.

1. ***Entity extraction***

Pada proses ini diidentifikasi kata yang termasuk ke dalam manusia, perusahaan, organisasi, dan jenis entitas lain yang dibahas. Mirip dengan *concept extraction*, variasi frase dikombinasikan menjadi nama kanonikal tunggal. Setiap kata entitas yang ditemukan merupakan hasil dari referensi DBpedia dan Freebase URLs. Perbedaan entitas dengan konsep adalah bahwa entitas harus eksplisit disebutkan di dalam teks. Selain itu, entitas juga diekstraksi bersama dengan jenisnya. Hal ini berguna ketika ingin mencari area yang lebih spesifik (Turian, 2013: 5).

1. ***Sentiment analysis***

Analisis sentiment pada proses ini bukan seperti sentiment pada sebuah kalimat melainkan sentiment untuk keseluruhan dokumen. Namun melakukan analisis sentiment untuk keseluruhan dokumen bisa menjadi menyesatkan. Misalnya saja sebuah dokumen dipenuhi kalimat-kalimat yang positif namun di kesimpulan ternyata ada satu kalimat negatif yang lebih kuat dari sisa kalimat yang lain. Oleh karena itu, tetap diperlukan analisis sentiment di level kalimat, entita, maupun kata kunci (Turian, 2013: 5).

1. ***Relation extraction***

Tahap *relation extraction* adalah mengidentifikasi hubungan subjek, predikat, dan objek (Turian, 2013: 6). Hal ini bertujuan untuk memudahkan pencarian sebuah informasi. Dengan adanya *relation extraction* ini maka pengguna bisa menggunakan predikat atau kata kerja. Setelah itu, pengguna bisa mendapatkan keseluruhan kalimat hasil pencarian berdasarkan predikat tersebut. Selain itu, hasil dari *relation extraction* juga dibarengi dengan analisis sentimennya.

1. ***Text categorization***

Pada tahap ini, teks atau dokumen yang dianalisis kemudian dikaregorikan ke dalam satu dari dua belas kategori (Turian, 2013: 6). Keduabelas kategori ini mirip dengan keduabelas jenis kategori yang sering dijumpai pada surat kabar. Pengkategorian teks ini berguna untuk memudahkan analisis sentiment dengan menghubungkan dengan teks lain yang mempunyai kategori yang sama.

1. ***Author extraction***

Tahap ini adalah tahap mengekstraksi pengarang atau penyusun teks. Hal ini bertujuan untuk pembentukan asosiasi dengan teks yang lain yang mempunyai pengarang yang sama (Turian, 2013: 6). Dengan begitu, hubungan ini bisa menjadi pembelajaran sistem untuk *text analysis* yang lebih presisi.

1. ***Dashboard***

Sebagian *dashboard* memang digunakan secara independen tetapi pada umumnya penggunaan *dashboard* diintegrasikan sebagai bagian dari solusi *business intelligence* yang menyediakan fungsi manajemen lainnya (Rasmussen, 2009: 7). Rasmussen (2009: 9) menjelaskan bahwa *dashboard* mempunyai peran dalam empat hal penting dari sebuah organisasi yaitu memonitor kemajuan tujuan strategis, menyediakan bahan pertimbangan untuk perencanaan, media untuk penyusunan laporan, serta untuk media analisis. Pada bagian ini akan dijelaskan definisi *dashboard*, jenis-jenis *dashboard*, metrik dan KPI *dashboard*, serta tempilan *dashboard*.

1. **Definisi *dashboard***

Menurut Few (2013: 26), *dashboard* adalah tampilan visual dari informasi yang paling penting yang dibutuhkan untuk mencapai satu atau lebih tujuan tertentu; tampilan ini digabungkan dan disusun sedemikian tupa sehingga informasi yang ditampilkan dapat dilihat dalam sekali pandang. Walaupun tidak secara eksplisit, Rasmussen (2013: 3-6) mempunyai definisi yang sama untuk *dashboard* yaitu sebuah tampilan visual yang memuat metrik dan KPI untuk diawasi sehingga dapat ditemukan masalah dan bisa direncanakan sebuah aksi untuk mengatasinya. Rasmussen juga menyebutkan bahwa *dashboard* merupakan bagian dari *business intelligence*.

Malik (2005: 3) juga tidak secara eksplisit menjelaskan definisi *dashboard*. Malik menyebutkannya bahwa *dashboard* harus mempunyai tampilan yang jelas dan menuntun penggunanya melewati awan data dan pemahaman yang kurang. Berdasarkan ketiga definisi di atas maka dapat disimpulkan beberapa hal. Pertama bahwa *dashboard* harus mempunyai tujuan yang jelas. Kedua bahwa *dashboard* harus mengarahkan penggunanya agar memahami apa yang terjadi. Dalam hal ini menurut Rasmussen *dashboard* harus mempunyai metrik dan KPI untuk menunjukkan sebuah keadaan tertentu.

1. **Jenis *dashboard***

Jenis-jenis *dashboard* yang dijelaskan pada bagian ini diambil dari buku Rasmussen (2009: 17-21). Hal ini karena Rasmussen membagi jenis *dashboard* berdasarkan tingkatan dalam organisasi. Ketiga tingkatan ini adalah manajer departemen, manajaer menengah, dan eksekutif. Masing-masing tingkatan mempunyai tanggung jawab dan waktu untuk analisis yang berbeda. Hal tersebutlah yang mendasari pembagian jenis *dashboard* berikut.

1. *Strategic dashboard*

Kegunaan dari *strategic dashboard* adalah untuk memantau kinerja dari tujuan strategis. *Dashboard* jenis juga mempunyai level kedua yaitu menunjukkan kemajuan departemen seiring dengan tujuan organisasi. Dengan adanya level kedua ini maka akan menghindari pembuatan *dashboard* untuk departemen secara terpisah. Karakteristik dari *strategic dashboard* adalah terangkum secara global, mempunyai penampilan grafis yang tinggi, diperbaharui dalam waktu yang lama, dan termasuk global, eksternal, tren dan tingkat pertumbuhan. *Strategic dashboard* umumnya dihubungkan dengan metodologi *balance scorecard* yang menyediakan metode untuk menentukan dan memenuhi tujuan organisasi.

1. *Tactical dashboard*

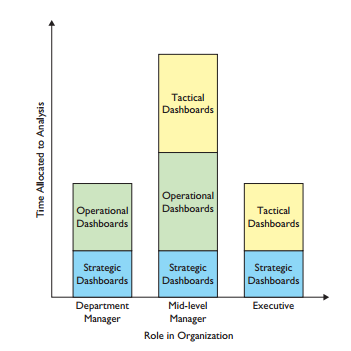
Kegunaan *tactical dashboard* adalah untuk memantau kinerja dan tren yang berkaitan untuk setiap inisiatif strategis. Karena *tactical dashboard* biasanya lebih fokus, *dashboard* ini idealnya diimplementasikan dengan teknologi yang memungkinkan untuk pendetailan ke bawah dan penyaringan data. Misalnya untuk menyelidiki sebuah strategi tidak tercapai maka *tactical dashboard* harus mampu mendetailkan strategi tersebut untuk mencari sumber masalahnya. Seiring perkembangan teknologi maka bagian eksekutif memungkinkan untuk mengembangkan *tactical dashboard* untuk memantau kinerja inisiatif yang penting.

1. *Operational dashboard*

*Operational dashboard* biasanya digunakan untuk memantau proses bisnis, aktifitas bisnis, dan kejadian yang kompleks. Umumnya, tampilan dari *dashboard* ini menyediakan pembaharuan setiap hari atau setiap minggu. Bahkan ada *dashboard* yang menampilkan pembaharuan status dari proses bisnis secara *real-time*.

Diharapkan dengan waktu *update* yang lebih pendek maka manajer bisa menemukan masalah dan melakukan aksi untuk menyelesaikannya secara cepat. *Dashboard* jenis ini biasanya dimanfaatkan di tingkat departemen dan bukan di tingkat eksekutif. Seperti pada *tactical dashboard*, jenis ini juga bisa mendetailkan lebih jauh karena cakupannya juga terbatas tergantung fokus dari departemen.

Berdasarkan penjelasan ketiga jenis *dashboard* di atas maka bisa dilihat isi dan kegunaan dari ketiganya. Hal ini bisa menentukan *dashboard* yang cocok dengan setiap level manajerial. Gambar II-7 berikut menjelaskan penggunaan setiap jenis *dashboard* di setiap tingkatan manjerial.



Gambar II- 7 Penggunaan *dashboard* oleh manajerial (Rasmussen, 2013: 18)

1. **Metrik dan *key performance indicators* (KPI) *dashboard***

Metrik dan KPI hampir sama pengertiannya perbedaannya adalah salah satunya merupakan bagian dari yang lain. KPI adalah metrik namun metrik tidak selalu KPI. Metrik adalah ukuran dari segala hal. Sedangkan KPI juga sebuah ukuran namun mempunyai makna dan penting serta dapat dikenai aksi. Sebuah organisasi mempunyai banyak metrik namun hanya sedikit yang menjadi KPI (Rasmussen, 2009: 23).

Selain itu, KPI mempunyai ukuran target tertentu. Pada umumnya ukurannya adalah sebuah perbandingan atau persentase dari kenyataan dibandingkan dengan yang sudah didefinisikan sebelumnya. KPI juga biasanya diwakilkan ke dalam grafik-grafik seperti grafik batang, grafik pie, dsb (Rasmussen, 2013: 24). Menurut Malik (2005: 17-24), KPI mempunyai komponen-komponen sebagai berikut:

1. Sumber data

Sumber data merupakan kumpulan informasi yang nantinya akan menghsilkan KPI. Sumber data ini bisa berupa *database*, dokumen, proses analisis secara *online*, serta laporan. Bisa saja ketika proses menentukan sumber data maka akan ditemukan standar data yang tidak konsisten. Namun hal inilah yang menjadi tantangan. Selain itu, sebuah KPI juga bisa berasal atau dihasilkan dari dua atau lebih sumber data.

1. Granulariti

Granulariti adalah penentuan variasi tingkat perhitungan untuk masing-masing KPI. Ada tiga dimensi dasar dari sebuah KPI yaitu waktu, wilayah, dan produk. Untuk setiap KPI mempunyai granularitas yang berbeda berdasarkan ketiga dimensi tersebut. Ketiga kombinasi dimensi bisa menghasilkan banyak granularitas sebuah KPI sehingga perlu diperhatikan kemampuan *dashboard*.

1. Kalkulasi

Kalkulasi adalah operasi matematika untuk menghasilkan KPI. Untuk sebuah KPI yang mempunyai satu sumber data maka cukup membutuhkan agregasi data. Operasi yang sering digunakan untuk menghasilkan KPI adalah penjumlahan, rata-rata, dan persentase. Dalam beberapa situasi fungsi statistic juga diperlukan seperti nilai minimum dan maksimum, simpang, dsb.

1. Variasi

Variasi merupakan penentuan satuan tambahan untuk keperluan perbandingan dari sebuah KPI. Tahap ini memerlukan dua kebutuhan yaitu satuan dasar dan rumus untuk satuan lainnya. Variasi yang umum digunakan adalah waktu seperti setahun yang lalu, satu semester yang lalu, dsb.