

ABSTRAK

Pada tahun 2021 sebuah team digital marketing disuatu perusahaan e-commerce mengalami penurunan terhadap kinerja teamnya team tersebut yang memasarkan suatu produk melalui iklan media sosial. Team tersebut sangat penting untuk menarik calon costumer/leads. Penilaian produktivitas merupakan hal penting untuk saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kinerja team digital marketing dan mengukur nilai produktivitas mereka, yang didasarkan pada 3 kriteria yaitu kriteria budget, kriteria lead dan kriteria campaign. Metode yang digunakan adalah Objective Matriks (OMAX) dengan langkah penentuan kriteria, perhitungan rasio, perhitungan interpolasi nilai matriks, penetapan sasaran, penentuan bobot dan pembentukan matriks. Nilai produktivitas pada tahun 2021 tertinggi terjadi pada team yang bernama Fachry yaitu periode ke sebelas pada bulan November sebesar 304%, sedangkan nilai produktivitas terendah terjadi pada yang Bernama Wahyu yaitu periode pertama pada bulan Januari sebesar 21%. Kriteria yang kurang memberikan produktivitas dan perlu diperbaiki adalah Budget karena team digital marketing bernama Fatur, kriteria budgetnya memperoleh nilai rata-rata 66% dengan target yang di inginkan perusahaan sebesar 153,45% yang menunjukan kinerja dibawah standar. Sedangkan kriteria yang lain menunjukan nilai yang cukup baik.

Kata kunci : Produktivitas, Penilaian, OMAX.