

ABSTRAKSI

Persaingan dunia usaha yang semakin ketat dan kompetitif menuntut pihak manajemen perusahaan untuk dapat mengelola kegiatan usahanya dengan seefisien dan seefektif mungkin sehingga dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya. Selain itu daya beli masyarakat yang sedang menurun, mendorong perusahaan-perusahaan bersaing secara ketat untuk mempertahankan konsumennya. Suatu perusahaan harus dapat memenuhi tuntutan pelanggannya, terutama yang berkaitan dengan kualitas produk yang dihasilkan.

Proses produksi merupakan kegiatan utama dalam perusahaan manufaktur. Untuk menekan tingkat kecacatan produk, perusahaan harus melakukan pendeteksian pada masalah operasional yang dialami khususnya dalam proses produksi. Pemeriksaan operasional diharapkan dapat membantu perusahaan dalam menekan tingkat kecacatan produk. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengukur seberapa jauh hasil kinerjanya.

Penelitian mengambil objek pada salah satu perusahaan tekstil di Bandung, yaitu PT Teguh Jaya Pranata. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana peranan *balanced scorecard* sebagai alat ukur kinerja. Metode penelitian yang digunakan adalah metode wawancara dan metode observasi.

Dari hasil yang diperoleh dengan pengamatan langsung pada perusahaan ternyata *balanced scorecard* ini sudah cukup berperan dalam pengukuran kinerja perusahaan PT Teguh Jaya Pranata. Dengan adanya *balanced scorecard* ini, kinerja perusahaan menjadi lebih efektif dan efisien.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAKSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
1.5 Rerangka Pemikiran.....	4
1.6 Metoda Penelitian.....	9
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Visi dan Misi.....	13
2.2 Pengertian Tujuan (<i>Objectives</i>).....	14
2.3 Strategi.....	15
2.3.1 Pengertian Strategi.....	15

2.3.2	Pengertian Manajemen Strategik.....	16
2.3.3	Analisis Strategi	17
2.3.4	Analisis SWOT (<i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats Analysis</i>).....	18
2.3.5	Matriks SWOT.....	20
2.4	Perumusan Strategi.....	21
2.5	Pengukuran Kinerja.....	22
2.5.1	Pengukuran Kinerja Tradisional.....	23
2.5.2	Pengukuran Kinerja Kontemporer.....	24
2.6	Pengertian <i>Balanced Scorecard</i>	25
2.6.1	Memperjelas dan Menerjemahkan Visi dan Strategi.....	30
2.6.2	Mengkomunikasikan dan Mengaitkan Tujuan Strategis dengan Ukuran Kinerja.....	32
2.6.3	Merencanakan, Menetapkan Sasaran, dan Menyelaraskan Berbagai Inisiatif Strategi.....	33
2.6.4	Meningkatkan Umpan Balik dan Pembelajaran Strategis.....	35
2.7	Mengukur Strategi Perusahaan.....	37
2.7.1	Perspektif Finansial (<i>Financial Perspectives</i>).....	38
2.7.2	Perspektif Pelanggan (<i>Customer Perspectives</i>)	43
2.7.3	Perspektif Proses Bisnis Internal (<i>Internal Business Process Perspectives</i>).....	44
2.7.4	Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan (<i>Learning and Growth Perspectives</i>).....	54

2.8	Menyelaraskan Ukuran <i>Balanced Scorecard</i> dengan Strategi.....	61
2.9	<i>Strategy Maps</i>	62

BAB III OBJEK DAN METODA PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian.....	69
3.1.1	Sejarah Perusahaan.....	69
3.1.2	Tenaga Kerja.....	70
3.1.3	Pentingnya Pembentukan Struktur Organisasi.....	70
3.1.4	Struktur Organisasi.....	71
3.1.5	Uraian Jabatan.....	73
3.1.6	Peraturan Waktu Kerja.....	86
3.1.7	Pengupahan dan Tunjangan.....	89
3.1.8	Penghargaan dan Tunjangan Hari Tua.....	90
3.1.9	Jaminan Sosial dan Jaminan Kesehatan.....	92
3.1.10	Jenis Produk.....	97
3.1.11	Kegiatan Produksi.....	97
3.2	Metoda Penelitian.....	106
3.2.1	Teknik Pengumpulan Data.....	106
3.2.2	Teknik Pengolahan Data.....	111

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Visi dan Misi Perusahaan.....	114
-----	-------------------------------	-----

4.2	Analisis SWOT (<i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats Analysis</i>).....	116
4.3	Pengembangan Strategi Perusahaan.....	123
4.4	Menguraikan Strategi Bisnis ke Dalam Komponen-Komponen yang Lebih Kecil.....	125
4.5	Membuat Peta Strategi.....	134
4.6	Mengembangkan Ukuran Strategis.....	139
4.7	Pembahasan.....	146

BAB V PENUTUP

5.1	Simpulan.....	152
5.2	Saran.....	153

	DAFTAR PUSTAKA.....	155
--	---------------------	-----

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Cara membuat analisis SWOT.....	19
Gambar 2.2 Matriks SWOT.....	21
Gambar 2.3 <i>Balanced Scorecard</i> sebagai suatu Rerangka Kerja Tindakan Strategis.....	30
Gambar 2.4 Perspektif Proses Bisnis Internal – Model Rantai Nilai.....	51
Gambar 2.5 Kerangka Kerja Ukuran Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan.....	60
Gambar 2.6 <i>Strategy Map</i>	65
Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT Teguh Jaya Pranata.....	72
Gambar 4.1 <i>Strategy Map</i> PT Teguh Jaya Pranata.....	136

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Tabel Struktur Tenaga Kerja.....	70
Tabel 4.1 Matrix SWOT.....	122
Tabel 4.2 Sasaran Strategik.....	126
Tabel 4.3 Ukuran Strategi.....	137