

ABSTRAK

Perusahaan yang diteliti adalah PT Dian Megah Indo Perkasa dengan nama dagang *Twin Tulipware*, perusahaan ini memiliki masalah perbedaan pandangan antara atasan dan bawahan mengenai visi dan misi perusahaan, karena itu perusahaan memerlukan bantuan dalam memecahkan masalahnya ini

Teori yang dipakai untuk membantu perusahaan memecahkan masalahnya adalah konsep *Balanced Scorecard*. Dengan menggunakan konsep *Balanced Scorecard* dilakukan penelitian mengenai bagaimana penjabaran visi dan misi di perusahaan saat ini berdasarkan strategi jangka panjang yang ada. Apa saja indikator yang penting untuk mencapai keberhasilan strategi tersebut, dan target yang menunjukkan keberhasilan strategi tersebut. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dengan pemilik dan bawahannya untuk membuat rancangan *strategy maps*, ukuran hasil strategi utama *strategy maps*, dan mengumpulkan data target strategy perusahaan berdasarkan *strategy maps*. Lalu kemudian dilakukan validasi rancangan *strategy maps*. kemudian Validasi ukuran hasil strategi utama *strategy maps*.

Dalam pengolahan data dan analisis dilakukan perancangan *strategy maps*. Penyusunan *lag and lead indicator* untuk membantu menentukan ukuran hasil strategi utama dari *strategy maps* yang sebelumnya harus divalidasi dulu kepada pemilik. Setelah *strategy maps* dinyatakan valid oleh pemilik, lalu disusun *lag and lead indicator*. Kemudian *lag and lead indicator* divalidasi dan menjadi ukuran-ukuran hasil strategi utama perusahaan dari *strategy maps* yang valid. Setelah itu ukuran-ukuran tersebut dicari data masa lalunya dan dibandingkan dengan target yang ada di perusahaan saat ini.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah diperlukan suatu ukuran untuk dapat menjelaskan apa yang dipikirkan pemilik untuk menjelaskan dan .menyamakan pengertian visi dan misi perusahaan dengan bawahannya seperti: *internal business process* perusahaan saat ini mengarah kepada ekspansi bisnis dengan pembukaan cabang yang banyak dan merambah region-region baru, perekrutan *customer* menjadi member diutamakan di perusahaan, dan lain-lainnya. Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bagian mana saja yang lemah dalam penyampaian informasi.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-2
1.3 Pembatasan Masalah.....	1-2
1.4 Perumusan Masalah	1-2
1.5 Tujuan Penelitian	1-2
1.6 Sistematika Penulisan	1-3
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 <i>Balanced Scorecard</i>	2-1
2.1.1 Perspektif Finansial	2-3
2.1.2 Perspektif Pelanggan / <i>Customer</i>	2-5
2.1.3 Perspektif Proses Bisnis Internal/ <i>Internal Business Process</i>	2-6
2.1.4 Perspektif Proses Pembelajaran dan Pertumbuhan/ <i>Learning and Growth</i>	2-7
2.2 Strategy Maps	2-8
2.3 Lag and lead indicator	2-9
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Penelitian Pendahuluan	3-3
3.2 Tinjauan Pustaka	3-3
3.3 Identifikasi Masalah	3-3

3.4 Pembatasan Masalah	3-3
3.5 Perumusan Masalah	3-3
3.6 Tujuan Penelitian.....	3-4
3.7 Penentuan Variabel Penelitian.....	3-4
3.8 Menyusun kisi-kisi wawancara <i>strategy maps</i> dan indicator awal	3-4
3.9 Validitas konstruk kisi-kisi wawancara <i>strategy maps</i> dan indicator awal	3-14
3.10 Pengumpulan data	3-14
3.11 Pengolahan data.....	3-14
3.12 Analisis.....	3-14
3.13 Kesimpulan dan saran	3-15
 BAB 4 PENGUMPULAN DATA	
4.1 Data Umum Perusahaan.....	4-1
4.2 Pengumpulan Data	4-3
4.2.1 Wawancara mengenai <i>strategy maps</i> dan indicator awal.....	4-3
4.2.2 Wawancara mengenai validasi <i>lag and lead indicator</i>	4-8
4.2.3 Mengumpulkan data masa lalu ukuran hasil utama dan target perusahaan	4-14
4.2.3.1 Ukuran hasil strategis perspektif <i>Finansial</i>	4-15
4.2.3.2 Pengukuran ukuran hasil strategis perspektif <i>Learning And Growth</i>	4-16
4.2.3.3 Pengukuran ukuran hasil strategis perspektif <i>Custome</i>	4-21
4.2.3.4 Pengukuran ukuran hasil strategis perspektif <i>Internal Bussiness Process</i>	4-25
4.2.4 Wawancara mengenai kendala pelaksanaan <i>Balanced Scorecard</i>	4-34
 BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS	
5.1 Pengolahan Data.....	5-1
5.1.1 Perspektif <i>Internal Business Process</i>	5-1
5.1.1.1 Tujuan strategi utama <i>Perspektif Internal Business Process</i> berdasarkan wawancara	5-2

5.1.2 <i>Perspektif Customer</i>	5-4
5.1.2.1 Tujuan strategi utama perspektif <i>Customer</i> berdasarkan wawancara	5-5
5.1.3 <i>Perspektif Learning And Growth</i>	5-8
5.1.3.1 Tujuan strategi utama perspektif <i>Learning And Growth</i> berdasarkan wawancara	5-9
5.1.4 <i>Perspektif Finansial</i>	5-10
5.1.4.1 Tujuan strategi utama perspektif <i>Finansial</i> berdasarkan wawancara	5-10
5.2 Analisis <i>strategy maps</i> awal	5-12
5.2.1 Analisis hubungan tujuan strategi utama <i>Perspektif Internal Business Process</i>	5-13
5.2.2 Analisis hubungan tujuan strategi utama perspektif <i>Customer</i> ...	5-15
5.2.3 Analisis hubungan tujuan strategi utama perspektif <i>Learning And Growth</i>	5-17
5.2.4 Analisis hubungan tujuan strategi utama perspektif <i>Finansial</i>	5-19
5.3 Hasil dari validasi <i>Strategy Maps</i>	5-20
5.3.1 Penyesuaian perspektif <i>Internal Business Process</i>	5-20
5.3.2 Penyesuaian perspektif <i>Customer</i>	5-21
5.3.3 Penyesuaian perspektif <i>Learning And Growth</i>	5-22
5.3.4 Penyesuaian perspektif <i>Finansial</i>	5-25
5.4 Penyusunan <i>Lag And Lead Indicator</i>	5-28
5.4.1 <i>Lag And Lead Indicator</i> perspektif <i>Internal Business Process</i>	5-29
5.4.2 <i>Lag And Lead Indicator</i> perspektif <i>Custome</i>	5-30
5.4.3 <i>Lag And Lead Indicator</i> perspektif <i>Learning And Growth</i>	5-31
5.4.4 <i>Lag And Lead Indicator</i> perspektif <i>Finansial</i>	5-33
5.5 Validasi <i>Lag And Lead Indicator</i>	5-34
5.5.1 Penyesuaian Indikator Perspektif <i>Internal Business Process</i>	5-35
5.5.2 Penyesuaian Indikator Perspektif <i>Customer</i>	5-36
5.5.3 Penyesuaian Indikator <i>Perspektif Learning and Growth</i>	5-36
5.5.4 Penyesuaian Indikator <i>Perspektif Finansial</i>	5-37

5.6 Analisis ukuran hasil utama <i>Balance Scorecard</i> di perusahaan untuk sementara ini	5-39
--	------

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran.....	6-6

DAFTAR PUSTAKA	xiv
-----------------------------	-----

LAMPIRAN

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Hal
2.1	Tema Ukuran Strategis	2-4
3.1	Rangkuman Perspektif	3-12
4.1	Lag and Lead Indicator	4-9
4.2	Kode Ukuran	4-15
4.3	Target ukuran perspektif finansial	4-16
4.4	Ukuran hasil Strategis no 6	4-17
4.5	Ukuran hasil Strategis no 7	4-18
4.6	Ukuran hasil Strategis no 8	4-19
4.7	Ukuran hasil Strategis no 15	4-21
4.8	Ukuran hasil Strategis no 18	4-23
4.9	Ukuran hasil Strategis no 24	4-25
4.10	Ukuran hasil Strategis no 29	4-32
4.11	Ringkasan Ukuran hasil strategis	4-33
5.1	Lag and Lead Indicator	5-34
5.2	Usulan ukuran hasil strategi berdasarkan Wawancara	5-38
6.1	Indicator yang penting untuk mencapai hasil akhir dari strategi perusahaan	6-4
6.2	Target Perusahaan	6-5

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Hal
2.1	Konsep <i>Balanced Scorecard</i>	2-2
2.2	Ukuran utama – perspektif pelanggan	2-4
2.3	Ukuran utama – perspektif pelanggan	2-5
2.4	Model rantai generic	2-6
2.5	Kerangka kerja ukuran pembelajaran dan pertumbuhan	2-8
2.6	Contoh strategy maps balanced scorecard	2-8
2.7	Contoh strategy maps balanced scorecard	2-9
3.1	<i>Flow chart</i>	3-1
4.1	Contoh Produk	4-1
4.2	Contoh Gambar Produk 1	4-26
4.3	Contoh Gambar Produk 2	4-27
4.4	Contoh Gambar Produk 3	4-27
4.5	Contoh Gambar Produk 4	4-28
4.6	Contoh Gambar Produk 5	4-28
4.7	Contoh Gambar Produk 6	4-29
5.1	Kegiatan utama dalam <i>Value Chain Process</i>	5-1
5.2	Tujuan Utama Perspektif Internal Business Process	5-4
5.3	Ukuran utama – perspektif pelanggan	5-4
5.4	Ukuran utama – perspektif pelanggan <i>Tulipware</i>	5-6
5.5	Tujuan Utama Perspektif Customer	5-7
5.6	Kerangka kerja ukuran pembelajaran dan pertumbuhan	5-8
5.7	Tujuan Utama Perspektif Learning and Growth	5-10
5.8	Tujuan Utama Perspektif Finansial	5-11
5.9	<i>Strategy Maps</i> awal	5-12
5.10	Penyesuaian <i>Perspektif Learning and Growth</i>	5-22
5.11	<i>Strategy Maps</i> akhir	5-26
6.1	Strategy maps perusahaan	6-1

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Hal
1	Struktur organisasi	L1-1
2	Data mentah dari perusahaan	L2-1
3	Validitas Konstruk	L3-1
4	Absen Bimbingan Tugas Akhir	L4-1