

Analisis Perspektif Konsumen dalam Balanced Scorecard pada PT. XYZ Indonesia = Consumer Perspective Analysis in the Balanced Scorecard at PT. XYZ Indonesia

Michelle Candra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20526123&lokasi=lokal>

Abstrak

Laporan magang ini berisi terkait pembahasan evaluasi atas kesesuaian antara teori Balanced Scorecard untuk perspektif pelanggan dan pemantauan strategi perusahaan dengan praktik riil yang dijalankan oleh PT. XYZ Indonesia terkhusus untuk divisi Sales. Lingkup pembahasan akan mencakup dari evaluasi strategi pendekatan konsumen yang dilakukan oleh perusahaan, analisis strategi dari indikator utama perspektif konsumen, serta rekomendasi inisiatif yang dapat diimplementasikan oleh perusahaan. Penulis melakukan evaluasi terhadap strategi penjualan yang sudah dijalankan dengan melakukan analisis terhadap performa penjualan terdahulu dengan menggunakan beberapa tolak ukur indikator penting, yang telah dipelajari pada mata kuliah Akuntansi Biaya dan Strategi dan Manajemen Kinerja Organisasi, serta beberapa referensi relevan lain. Berdasarkan analisis yang dilakukan, penulis menemukan bahwa praktik strategi yang dilaksanakan oleh PT. XYZ Indonesia sudah sesuai dengan teori- teori pada kerangka evaluasi. Namun, pada beberapa saluran penjualan, strategi tersebut belum dapat dikatakan maksimal karena kurang adanya penyesuaian implementasi berdasarkan karakteristik dan persona konsumen pada masing-masing saluran penjualan. Hasil analisis ini membuahkan rangkaian rekomendasi yang dapat dikonsiderasi oleh PT. XYZ Indonesia dan dijadikan acuan untuk implementasi strategi berikutnya untuk seluruh kategori produk pada beberapa saluran penjualan utama.

.....This internship report contains discussions regarding the evaluation of the suitability between the theory of the Balanced Scorecard for the customer perspective and monitoring the company's strategy with the real practice carried out by PT. XYZ Indonesia especially for the Sales division. The scope of the discussion will cover the evaluation of the consumer approach strategy carried out by the company, strategy analysis from the main indicators of the consumer perspective, as well as recommendations for initiatives that can be implemented by the company. The author evaluates the sales strategy that has been carried out by analyzing the previous sales performance using several important benchmark indicators, which have been studied in the Cost Accounting and Strategy and Organizational Performance Management courses, as well as several other relevant references. Based on the analysis conducted, the authors found that the strategic practice implemented by PT. XYZ Indonesia is in accordance with the theories in the evaluation framework. However, in several sales channels, this strategy cannot be said to be optimal due to the lack of implementation adjustments based on the characteristics and consumer personas of each sales channel. The results of this analysis resulted in a series of recommendations that could be considered by PT. XYZ Indonesia and is used as a reference for the implementation of the next strategy for all product categories in several main sales channels.