

Penerapan the balanced scorecard sebagai tolok ukur kinerja PT. X dalam meningkatkan daya saing di era yang turbulen

Mulyadi Wonorahardjo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=75804&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Dengan tingkat persaingan dan perkembangan teknologi informasi sekarang ini, menjadikan pelanggan semakin demanding dan daur hidup produk (product life cycle) menjadi semakin pendek. Untuk itu, perusahaan dapat lebih memperhatikan tuntutan pelanggan, serta meningkatkan kemampuannya untuk menghasilkan produk yang berkualitas, murah, mudah diperoleh, ramah lingkungan, cepat dalam menanggapi keluhan pelanggan, teliti dan kritis dalam membaca apa yang diharapkan pelanggan. Oleh sebab itu, dibutuhkan informasi yang mencerminkan kinerja manajemen perusahaan secara keseluruhan dan menganalisis kinerja tersebut, agar dapat dilakukan tindakan perbaikan dan kebijakan dalam usaha meningkatkan daya saing perusahaan.

Dengan misi dan strategi yang dimiliki PT. X dalam menghadapi persaingan serta lisensi yang diperoleh dari beberapa perusahaan besar, yaitu: Johnson & Johnson, P & G, PT. X memproduksi sabun kesehatan kulit khususnya, seperti: sabun Johnson & Johnson, DetoI, Purol, Zest, Camay. Disamping itu, dengan diferensiasi produk yang ada PT. X memproduksi toilet soap dan hotel size soap tanpa lisensi dari perusahaan sejenis lainnya. Pelanggan yang dimiliki oleh PT. X, yaitu: pelanggan yang membeli untuk dipakai sendiri yang terdiri dari masyarakat dan hotel atau penginapan dan pelanggan yang membeli untuk dijual kembali. Oleh sebab itu, untuk mempertahankan atau bahkan meningkatkan daya saing, produk yang dihasilkan harus berkualitas, mudah diperoleh, mempunyai harga yang pantas, mempunyai beberapa jenis produk baru yang sesuai dengan harapan pelanggan, serta layanan yang baik dan prima. Untuk itu, dibutuhkan kerjasama lintas fungsi dengan bagian terkait, serta komunikasi yang baik guna mendukung tercapainya tujuan perusahaan. Kemudian, perlu adanya peningkatan efisiensi dan efektivitas pemanfaatan sumber daya yang dimiliki perusahaan, pengelolaan yang baik, motivasi, kepedulian dan penghargaan manajemen perusahaan terhadap sumber daya manusia yang dimiliki dalam usaha memenuhi kebutuhan dan memuaskan pelanggan, sehingga kesejahteraan pemegang saham dalam jangka panjang dapat terwujud.

Selama ini, untuk melakukan analisis kinerja manajemen perusahaan, hanya menggunakan informasi yang diperoleh dan diolah dan laporan keuangan atas hasil usaha dalam suatu periode tertentu seperti: pertumbuhan penjualan dan keuntungan, material yield, margin laba kotor, increase of shareholder return, return on assets, return on investment. Tetapi untuk dapat bertahan dan unggul dalam persaingan yang ketat sekarang ini dan melayani pelanggan yang semakin kritis, pandai dan demanding, dibutuhkan informasi yang mencerminkan kondisi perusahaan sebenarnya. Yang mana, informasi tersebut tidak terdapat dalam laporan keuangan yang dihasilkan.

Disamping itu, perusahaan mempunyai pencatatan atas aktivitas yang ada, tetapi catatan tersebut belum

tertata dan terintegrasi, sehingga belum menciptakan informasi yang memadai dan bermanfaat bagi manajemen untuk menilai kinerja operasionalnya. Oleh sebab itu, dibutuhkan metode pengukuran kinerja yang menghasilkan kombinasi informasi dan pengukuran yang bersifat keuangan dan non keuangan serta jangka panjang yang saling terkait dalam usaha mencapai tujuan perusahaan yang ditinjau dari perspektif keuangan, perspektif pelanggan, perspektif ramah lingkungan, perspektif proses bisnis internal, dan perspektif pembelajaran dan pertumbuhan. Pengukuran yang dimaksud adalah Balanced Scorecard, yaitu pengukuran kinerja yang dimulai dengan menterjemahkan strategi perusahaan menjadi tindakan operasional perusahaan sehari-hari.