

Pengukuran kinerja perusahaan berbasiskan ekuitas merek dengan metode shareholder value added : studi kasus pada operator GSM di Indonesia

Dwi Ari Praptomo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=125909&lokasi=lokal>

Abstrak

Alat bantu dalam Pengukuran Kinerja Perusahaan kini semakin menyentuh aspek strategik dan operasional perusahaan. Apabila sebelumnya kinerja perusahaan hanya diukur berdasarkan tingkat pengembalian dari aset yang berbentuk tangible, kini perusahaan harus lebih berfokus untuk melihat aset intangible mereka sebagai keunggulan kompetitif yang tidak mudah ditiru dan menjadi kunci operasional mereka. Brand equity sebagai sebuah konsep, adalah aset intangible dan intellectual capital yang dapat dijadikan keunggulan kompetitif tersebut. Bagaimana metode pengukuran kinerja brand, nilai moneter yang dihasilkan, hingga risiko investasi terhadap brand adalah sesuatu yang terus dikembangkan dan menjadi perhatian para manajemen, pemegang saham, bahkan masyarakat dan pemerintah. Diharapkan dengan adanya sebuah metode yang mengintegrasikan aspek keuangan (dalam hal ini dengan menggunakan metode SVA) dengan pemasaran (dalam hal ini dilakukan survei terhadap persepsi konsumen dan infrastruktur pembentuk brand equity) dalam pengukuran kinerja dan penciptaan nilai tersebut, akan membantu pihak-pihak yang menaruh kepentingan pada brand yang diukur dalam membuat keputusan dan memberi insight berharga di masa depan.