

Kartu skor berimbang untuk pengukuran kinerja sistem perencanaan strategis industri pembuatan silinder studi kasus di PT. XYZ

Juliansjah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=92936&lokasi=lokal>

Abstrak

Agar dapat memasuki pasar pembuatan silinder yang semakin kompetitif dan turbulen, maka PT XYZ membutuhkan suatu sistem perencanaan strategis yang dapat memenuhi tuntutan pasar tersebut. Kartu skor berimbang dapat digunakan untuk menjawab tuntutan pasar tersebut. Penilaian kinerja finansial PT XYZ perlu dilakukan lebih dulu sebelum menerjemahkan strategi, layak terus dilanjutkan atau tidak. Dari hasil analisis diskriminan Z, diketahui bahwa skor PT XYZ ada diatas skor minimal yang dibutuhkan agar perusahaan dapat terus beroperasi.

Langkah selanjutnya adalah menerjemahkan visi dan misi PT XYZ ke dalam berbagai sasaran strategis. Setelah itu, menentukan ukuran sasaran strategis seperti indikator terbelakang (lag indicators) dan indikator terdepan (lead indicators). Penentuan ukuran sasaran strategis dilakukan dengan menyusun seluruh indikator yang mungkin kedalam tiga tahap kuesioner terdiri dari 36 pertanyaan yang disebar keseluruh tingkat manajemen untuk diseleksi. Pada tahap kedua pertanyaan kuesioner tinggal 27 pertanyaan. Pada tahap ketiga pertanyaan kuesioner tinggal 26 pertanyaan. Tiap pertanyaan dicari korelasi satu dan lainnya. Berdasarkan hasil uji validasi dan keandalan maka pertanyaan-pertanyaan yang memiliki hubungan kuat dirumuskan kedalam inisiatif strategi.

To enter a more competitive and turbulent cylinder making market, PT XYZ need a suitable strategic planning system. Balanced scorecard can be used to answer this market needs. Before translating the strategy, financial performance of PT XYZ has to be evaluated, whether it is possible or not to continue the companies operation.

From Z discriminant analysis, it was known that the score is higher than the minimum score required by a company to continue operation. The next step is to translate the vision and mission into various strategic goals. After that, to define strategic goals measure, such as lag and lead indicators. Goal dimensions determination is made possible by putting lead indicators into a three steps questionnaire. At step one, the questionnaires have 36 questions, distributed to all management levels to be selected, at step two 27 questions are left, at step three 26. The correlation of one and another question was determined. Based on validity and reliability test, only questions with strong correlation was taken to be formulated into the strategic initiatives.