

ABSTRAK

PERANAN *BALANCED SCORECARD* UNTUK MENCAPAI *COST EFFECTIVENESS* (Studi Pustaka)

Elisabet Purna Handayani

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2002

Globalisasi dalam dunia bisnis mendorong perusahaan untuk mulai memikirkan arti penting kualitas dan nilai tambah bagi pelanggan (*customer value*). Nilai tambah bagi pelanggan dihasilkan dari proses yang *cost effective*, dimana aktivitas-aktivitas yang digunakan untuk mengolah *input* menjadi *output* merupakan aktivitas-aktivitas yang memang seharusnya dilakukan, dan memiliki nilai tambah ditinjau dari sudut pandang pelanggan. *Cost effectiveness* selama ini diukur dengan perbandingan antara waktu yang digunakan untuk proses menghasilkan *output* dengan waktu penyelesaian, yang meliputi waktu proses, waktu inspeksi, waktu pemindahan, waktu penyimpanan atau penggudangan, dan waktu menunggu. Pengukuran tersebut kurang menyeluruh (komprehensif), maka diperlukan sistem pengukuran yang mampu melihat pencapaian hasil yang memandang dari berbagai perspektif, yaitu dari perspektif keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, serta pembelajaran dan pertumbuhan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peranan *Balanced Scorecard* untuk mencapai *cost effectiveness*.

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah metode studi pustaka. Sumber-sumber penulisan dikumpulkan dari berbagai karya ilmiah (buku, artikel-artikel, dan majalah). Sedangkan penyajian data yang terkumpul menggunakan metode deskriptif analitik, yaitu prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan keadaan subjek dan objek penelitian berdasarkan fakta yang ada.

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis dapat, mengambil kesimpulan bahwa *Balanced Scorecard* berperan menyediakan rerangka pengukuran yang komprehensif untuk pencapaian *cost effectiveness*. *Cost effectiveness* diukur dari berbagai perspektif *Balanced Scorecard*, yaitu perspektif keuangan, perspektif pelanggan, perspektif proses bisnis internal, serta perspektif pembelajaran dan pertumbuhan. Setiap perspektif dalam *Balanced Scorecard* dihubungkan dengan unsur-unsur yang terdapat dalam *cost effectiveness concept*, yaitu *input*, proses, dan *output* yang semua unsur tersebut ditujukan untuk menghasilkan *customer value* bagi pelanggan.

ABSTRACT

THE ROLE OF THE BALANCED SCORECARD TO REACH THE COST EFFECTIVENESS

A Literature Study

Elisabet Purna Handayani

Sanata Dharma University

Yogyakarta

2002

In a business world, globalization motivated a company to realize the significance of quality and value added for the customers. Added value was gained by cost effective process in which the process of input became output were the activities that should be done. The customer thought that they had value added. So far, cost effectiveness was measured by comparing the time which used to process output and the time used to finish output. They included processing, inspection, moving, restoring or storage, and waiting times. The measurement was less complete or less comprehensive. Therefore, the measurement system that was capable to view the result was needed. It was viewed by some perspectives, financial, customers, internal business process perspectives, and also learning and growth perspective. The aimed of the research was to find out of the role of the Balanced Scorecard to reach the Cost Effectiveness.

This research used literary study method by references such as books, magazines, and articles. The collected datas was presented by using descriptive analysis, a problem solving procedure that examined the subject of the situation and the object of the research based on the visible facts.

Based on the result research, the writer concluded that the Balanced Scorecard had the role to provide a comprehensive measurement framework in reaching the cost effectiveness. The cost effectiveness was measured by four perspectives, that are financial, customers, internal business process, and learning and growth perspectives. Each perspective in the Balanced Scorecard had been connected by some items of the cost effectiveness concept, such as input, process, and output. Those items produced added value for the customers.