

Implementasi *Balanced Scorecard* dalam Menentukan Strategi Bisnis Pada PT. Mahameru Duta Pasifik

Tonny Yuwanda*¹, Abdi Fadhlán², Vicky Brama Kumbara¹, Omia Crefioza¹

¹Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang, Sumatera Barat, Indonesia

²Universitas Islam Negeri Imam Bonjol, Padang, Sumatera Barat, Indonesia

tonnyyuwanda@upiypk.ac.id*

Abstrak

Balanced scorecard adalah salah satu teknik evaluasi bisnis modern yang meninjau dari empat perspektif untuk menentukan strategi bisnis kedepannya. PT. Mahameru Duta Pasifik pada saat ini masih menggunakan teknik evaluasi lama yang menjadikan perusahaan salah dalam mengambil keputusan strategis. Tujuan pengabdian ini adalah membantu PT. Mahameru Duta Pasifik dalam menilai kinerja dengan pendekatan *Balanced scorecard*. Metode pengabdian ini yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada perusahaan untuk memperoleh data primer dan skunder, dimana pernyataan disusun berdasarkan *Critical Success Factors*. Adapun hasil dari penerapan *balanced scorecard* memberikan beberapa rekomendasi kebijakan diantaranya 1) Mengatur rute distribusi dan menyalurkan pada satu waktu, hal ini dapat menurunkan biaya operasional dan meminimasi biaya distribusi, 2) Lebih menjalin kerjasama yang baik dengan berbagai retail serta menstimulus dengan strategi *bundling* maupun diskon, hal ini dapat meningkatkan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan serta meningkatkan kepercayaan mitra kepada perusahaan. 3) Memberikan pelatihan kreativitas kepada karyawan agar menjadi perilaku yang inovatif. Karyawan yang inovatif akan mengimplementasikan ide kreatifnya pada aktivitas bisnis yang akan menguntungkan perusahaan.

Kata Kunci: Balance Scorecard, Strategi Bisnis, PT. Mahameru Duta Pasifik

PENDAHULUAN

Perubahan lingkungan bisnis yang semakin cepat mengharuskan perusahaan untuk menciptakan keunggulan dan keberhasilan yang kompetitif agar dapat bertahan dalam persaingan. Masa kini mensyaratkan adanya kemampuan baru yang harus dimiliki oleh perusahaan manufaktur ataupun jasa. Kemampuan sebuah perusahaan untuk memobilisasi dan mengeksploitasi aktiva tak berwujudnya (*intangible assets*) menjadi jauh lebih menentukan dari pada sekedar investasi dan mengelola aktiva fisik yang berwujud. Hal ini juga dapat dilihat dari hasil penelitian Fauzi, dkk (2016) bahwa aset tidak berwujud merupakan aset yang tidak nyata wujudnya, tidak dilaporkan dalam akuntansi namun mempunyai peran yang penting dalam perusahaan, dan aset tidak berwujud memiliki kapasitas yang sangat baik bagi pelaku usaha komoditas.

Kebutuhan untuk mengintegrasikan ukuran kinerja keuangan dan non- keuangan serta mengidentifikasi ukuran kinerja utama yang menghubungkan pengukuran dengan strategi yang menyebabkan munculnya *balanced scorecard* (BSC) (Ibrahim dan Sirojo, 2015). Menurut Kaplan dan Norton (1996) *Balanced scorecard* merupakan kerangka kerja yang komprehensif untuk menerjemahkan misi dan strategi ke dalam berbagai tujuan dan ukuran, yang tersusun ke dalam empat perspektif: finansial, pelanggan, proses bisnis internal, serta pertumbuhan dan pembelajaran.

Saran Pengutipan:

Yuwanda, T., Fadhlán, A., Kumbara, V. B., & Crefioza, O. (2022). Implementasi *Balanced Scorecard* dalam Menentukan Strategi Bisnis Pada PT. Mahameru Duta Pasifik. *Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 2(3). <https://doi.org/10.51214/japamul.v2i3.341>

Penerapan *balanced scorecard* salah satu isu penting yang masih menjadi perhatian dunia usaha hingga saat ini. Ketika Kaplan dan Norton yang berhasil menempatkan integral BSC ke lembaga keuangan, mereka memutuskan untuk lebih jauh dan mengusulkan penggunaan alat ini untuk organisasi pemerintah, nirlaba, hingga swasta (Elba dkk., 2017). Banyak perusahaan terkemuka mulai mengadopsi *Balanced Scorecard* ketika perusahaan memverifikasi, hal itu memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan kinerja dengan menghubungkan subunit dan anggota perusahaan dalam upaya bersama untuk meningkatkan tujuan dan sasaran global organisasi (Quesado dkk., 2018). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Taticchi dkk. (2012) BSC diadopsi oleh 30-80% dari perusahaan-perusahaan di seluruh dunia. Bukti ilmiah menunjukkan bahwa BSC banyak digunakan di Eropa dan Asia benchmarking (65-71%). *Balanced scorecard* membantu tercapai sasaran strategis, indikator kinerja utama yang lebih baik dan peningkatan hasil kinerja organisasi (Koumpuros, 2012).

PT. Mahameru Duta Pasifik merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di sektor penjualan dan pendistribusian di kota Padang. Perusahaan distributor ini menjual berbagai alat kesehatan (alkes) dengan tugas utama menyalurkan barang baik kepada *outlet* tradisional maupun *outlet* modern di daerah yang telah ditentukan. Pada saat ini PT. Mahameru Duta Pasifik masih menggunakan metode *essay* dalam mengevaluasi bisnisnya. Metode *essay* membutuhkan proses yang lama dalam mengevaluasi, serta dapat bersifat subjektif dalam menilai karena dinilai oleh satu pimpinan. Selain dari pada itu, metode *essay* hanya mempertimbangkan perkembangan sumber daya manusia yang dimiliki oleh perusahaan tanpa memandang perspektif lainnya. Sehingga perusahaan kerap mengalami kesalahan dalam mengambil keputusan serta kesulitan untuk bersaing dengan perusahaan distribusi alkes lainnya. Agar dapat bersaing PT. Mahameru Duta Pasifik membutuhkan metode evaluasi yang efektif untuk menentukan strategi bisnis kedepannya. Dengan penerapan BSC pada PT. Mahameru Duta Pasifik ini hendaknya dapat membantu menentukan langkah bagaimana perusahaan agar memiliki daya saing yang tinggi, sebagai bentuk evaluasi perusahaan dan cara menilai kekuatan internal. Pengabdian ini diharapkan dapat berkontribusi bagi pimpinan PT. Mahameru Duta Pasifik agar memiliki pengukuran kinerja yang berstandar internasional.

METODE

Penelitian di lakukan di PT. Mahameru Duta Pasifik yang berlokasi di Kota Padang, Sumatera Barat. Data yang digunakan meliputi data primer adalah data yang diambil secara langsung dari obyek penelitian berupa hasil observasi dan kuesioner, data sekunder adalah data yang diambil dari perusahaan yang sudah diolah didapatkan melalui dokumen-dokumen, meliputi data jumlah karyawan dan data jumlah pelanggan. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan empat perspektif *Balanced Scorecard* dengan mengembangkan pengukuran yang relevan menggunakan *Critical Succes Factors* (CSFs) dimana terdapat elemen-elemen yang sangat penting bagi perusahaan untuk mencapai visi dan misinya. Pengabdian dan pimpinan perusahaan telah menentukan perspektif proses bisnis internal yang sangat penting dalam kasus ini (Yurniwati, 2001).

Tahap awal yang dilakukan ialah memberikan kuesioner kepada pimpinan perusahaan untuk memperoleh data primer dan skunder perusahaan. Tahap kedua yaitu melakukan pembobotan pada masing-masing perspektif yang didasari CSFs. Setelah data diperoleh, maka pengabdian menganalisis dan melakukan pembobotan pada data tersebut. Langkah selanjutnya yaitu melakukan perkalian antara pembobotan perspektif dan pembobotan data. Tahap terakhir yaitu menjumlahkan hasil nilai kinerja perusahaan yang diperoleh PT. Mahameru Duta Pasifik untuk di interpretasi dalam menentukan strategi bisnis kedepannya (Yuwono, 2002).

Adapun kuesioner yang disebarakan disusun berdasarkan kinerja perusahaan distribusi yang dikembangkan oleh Purnomo (2011), dimana Purnomo telah memberikan panduan elemen apa saja yang dibutuhkan dalam penerepan *balanced scorecard* pada perusahaan distribusi. Elemen tersebut dapat diurai sebagai berikut:

Perspektif keuangan

Pengukuran dalam perspektif keuangan pada PT. Mahameru Duta Pasifik ialah dilihat dari biaya operasional dan penghematan anggaran dana pengadaan barang. Dalam hal ini, data diambil berupa data sekunder yang diperoleh langsung dari perusahaan. Biaya operasional sangat penting di evaluasi yang bertujuan meminimasi ongkos pengadaan, pada segit penghematan anggaran dapat ditujukan sebagai efisiensi penggunaan anggaran. Adapun data yang diminta ke PT. Mahameru Duta Pasifik ialah sebagai berikut:

Tabel 1. Pengukuran Keuangan

No	Pengukuran Keuangan
1	Berapa persen minimasi ongkos yang dapat dilakukan PT. Mahameru Duta Pasifik untuk mengelola proses pengadaan barang
2	Berapa persen selisih antara nilai anggaran dengan realisasi dana pengadaan barang yang dilakukan

Terdapat dua pernyataan seperti tabel 1 untuk memperoleh data biaya operasional dan penghematan anggaran. Menurut Purnomo (2011) pernyataan ke-1 memberikan kontribusi 100% dan pernyataan ke-2 memberikan kontribusi 70% pada perspektif keuangan.

Perspektif Proses Bisnis Internal

Pada perspektif proses bisnis internal berfokus pada elemen pengiriman tepat waktu, kesalahan pengiriman, pengadaan ulang, waktu rata-rata pembuatan laporan, *leadtime* pengadaan barang, waktu rata-rata proses pembayaran, yang diurai sebagai berikut.

Tabel 2. Pengukuran Proses Bisnis Internal

No	Pengukuran Proses Bisnis Internal
1	Persentase permintaan yang dikirimkan tepat waktu kepada pelanggan dari PT. Mahameru Duta Pasifik sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan
2	Persentase kesalahan pengiriman yang dilakukan oleh PT. Mahameru Duta Pasifik ke pelanggan dari sisi kualitas, kuantitas dan spesifikasi barang
3	Persentase jumlah pengadaan ulang yang dilakukan oleh PT. Mahameru Duta Pasifik karena tidak terpenuhinya syarat-syarat pelelangan
4	Rata-rata lamanya waktu yang dibutuhkan PT. Mahameru Duta Pasifik dalam pembuatan laporan pengadaan barang
5	Rata-rata lamanya waktu yang diperlukan PT. Mahameru Duta Pasifik untuk memproses pengadaan barang mulai perencanaan pengadaan barang sampai barang tersebut dikirimkan ke pelanggan
6	Rata - rata lamanya waktu yang dibutuhkan PT. Mahameru Duta Pasifik dalam proses pembayaran (Pembuatan kelengkapan dokumen permintaan pembayaran)

Terdapat enam pernyataan seperti tabel 2 untuk memperoleh data pada perspektif proses bisnis internal. Menurut Purnomo (2011) pernyataan ke-1,2,3,5 dan 6 memberikan kontribusi 100% dan pernyataan ke-4 memberikan kontribusi 70% pada perspektif proses bisnis internal.

Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan

Pengukuran kinerja yang digunakan dalam perspektif ini menggunakan employee retention yaitu dengan mengukur *turnover* karyawan. Gejala *turnover* dalam suatu perusahaan dapat diukur secara langsung dengan menghitung indeks laju *turnover* kuantitatif, dan dinyatakan dalam presentase berdasarkan jangka waktu tertentu. Selain dari pada itu, perspektif ini juga mengikuti pedoman yang dikembangkan oleh Purnomo (2011). Adapun pernyataan yang diberikan perusahaan adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Pengukuran Pembelajaran dan Pertumbuhan

No	Pengukuran Pembelajaran dan Pertumbuhan
1	Persentase rata – rata sehari ada berapa karyawan yang absen (tidak hadir) untuk bekerja
2	Jumlah aktivitas pelatihan yang dilakukan PT. Mahameru Duta Pasifik untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan karyawan dalam proses pengadaan barang
3	Persentase karyawan yang berkontribusi dalam bentuk ide perbaikan untuk meningkatkan kinerja PT. Mahameru Duta Pasifik
4	Persentase jumlah mitra usaha yang termasuk kategori baik
5	Persentase jumlah proses bisnis pendistribusian PT. Mahameru Duta Pasifik Yang Dukung Teknologi
6	Rata-rata jumlah karyawan yang keluar (<i>Resign</i>) dari PT. Mahameru Duta Pasifik tiap tahunnya
7	Rata-rata jumlah karyawan yang masuk (<i>Recruitment</i>) dari PT. Mahameru Duta Pasifik tiap tahunnya

Terdapat tujuh pernyataan seperti tabel 3 untuk memperoleh data pada perspektif pembelajaran dan pertumbuhan. Menurut Purnomo (2011) pernyataan ke-1,2,3,5 dan 6 memberikan kontribusi 100% dan pernyataan ke-4 memberikan kontribusi 70% pada perspektif proses pembelajaran dan pertumbuhan. Sedangkan pernyataan ke-7 ditambahkan berdasarkan pendapat Suhada (2019).

Perspektif pelanggan

Pengukuran perspektif pelanggan dilakukan menggunakan customers core measurement yang didalamnya melakukan pengukuran retensi pelanggan (*Customers Retention*), dapat dilihat sebagai berikut:

A. Rata-rata penambahan pelanggan baru tiap bulannya

B. Proses penyelesaian komplain pelanggan oleh perusahaan

C. Retensi Pelanggan Pengukuran retensi pelanggan dilakukan untuk mengukur sejauh mana keberhasilan perusahaan dapat mempertahankan pelanggan lama (Tjiptono dan Chandra, 2012). Retensi pelanggan diukur menggunakan rumus: Retensi pelanggan akan dinilai baik jika mempertahankan lebih dari 80% pelanggannya, dinilai sedang jika mempertahankan 70% sampai 80% dan dianggap kurang jika dibawah 70%. Adapun pernyataan yang diberikan perusahaan adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Pengukuran Pelanggan

No	Pengukuran Pelanggan
1	Rata – rata penambahan pelanggan tiap bulannya
2	Lamanya waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan komplain pelanggan
3	Persentase rata – rata pelanggan yang membeli secara berulang (<i>Loyal</i>)

Terdapat tiga pernyataan seperti tabel 4 untuk memperoleh data pada perspektif pelanggan. Pernyataan ke-1 didasarkan oleh Suhada (2019), Pernyataan ke-2 didasari oleh Purnomo (2011) yang berkontribusi 100% pada perspektif pelanggan. Sedangkan pernyataan ke-3 didasarkan oleh pendapat Tjiptono dan Chandra (2012).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Langkah awal dalam *Balanced Scorecard* ialah melakukan pembobotan dari masing-masing empat perspektif. Adapun perspektif keuangan dinilai 20%, perspektif proses bisnis internal 30%, perspektif pembelajaran dan pertumbuhan 25%, dan perspektif pelangga 25%. Perspektif proses bisnis internal yang paling krusial dibanding perspektif lainnya karena menjadi elemen CSFs. Pembobotan perspektif dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Skor Empat Perspektif

No	Perspektif	Bobot Perspektif
A	Keuangan (20%)	
	1. Biaya Operasional	0.705
	2. Penghematan Anggaran Dana	0.295
B	Proses Bisnis Internal (30%)	
	1. Pengiriman Tepat Waktu	0.320
	2. Kesalahan Pengiriman	0.160
	3. Pengadaan Ulang	0.160
	4. Waktu Pembuatan Laporan	0.136
	5. <i>Lead Time</i> Pengadaan Barang	0.136
	6. Waktu Proses Pembayaran	0.088
C	Pembelajaran dan Pertumbuhan (25%)	
	1. Tingkat Kehadiran	0.140
	2. Pelatihan Karyawan	0.224
	3. Partisipasi Karyawan	0.232
	4. Mitra Usaha Kategori Baik	0.124
	5. Pemanfaatan Teknologi	0.128
	6. <i>Turnover</i> Karyawan	0.152
D	Pelanggan (25%)	
	1. Pertumbuhan Pelanggan	0.603
	2. Penyelesaian Keluhan	0.187
	3. Retensi Pelanggan	0.210

Setelah melakukan pembobotan pada empat perspektif tersebut, maka langkah selanjutnya yaitu melakukan pembobotan pada data yang diperoleh dari PT. Mahameru Duta Pasifik dimana pembobotan ini dilakukan dengan interval 1 sampai 10. Berikut hasil pembobotan data dari PT. Mahameru Duta Pasifik:

Tabel 6. Pembobotan Data PT. Mahameru Duta Pasifik

	Pernyataan	Pencapaian	Bobot Pencapaian
A. Perspektif Keuangan			
1	Berapa persen minimasi ongkos yang dapat dilakukan PT. Mahameru Duta Pasifik untuk mengelola proses pengadaan barang	10%	4
2	Berapa persen selisih antara nilai anggaran dengan realisasi dana pengadaan barang yang dilakukan	1%	10
B. Perspektif Bisnis Internal			
1	Persentase permintaan yang dikirimkan tepat waktu kepada pelanggan dari PT. Mahameru Duta Pasifik sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan	80%	8
2	Persentase kesalahan pengiriman yang dilakukan oleh PT. Mahameru Duta Pasifik ke pelanggan dari sisi kualitas, kuantitas dan spesifikasi barang	2%	6
3	Persentase jumlah pengadaan ulang yang dilakukan oleh PT. Mahameru Duta Pasifik karena tidak terpenuhinya syarat-syarat pelelangan	0%	10
4	Rata-rata lamanya waktu yang dibutuhkan PT. Mahameru Duta Pasifik dalam pembuatan laporan pengadaan barang	Target : 90 hari Realisasi : 30 hari	10
5	Rata-rata lamanya waktu yang diperlukan PT. Mahameru Duta Pasifik untuk memproses pengadaan barang mulai perencanaan pengadaan barang sampai barang tersebut dikirimkan ke pelanggan	Target : 365 hari Realisasi : 200.hari	10
6	Rata - rata lamanya waktu yang dibutuhkan PT. Mahameru Duta Pasifik dalam proses pembayaran (Pembuatan kelengkapan dokumen permintaan pembayaran)	Target : 90 hari Realisasi : 90-180 hari	6
C. Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan			
1	Persentase rata – rata sehari ada berapa karyawan yang absen (tidak hadir) untuk bekerja	5%	8
2	Jumlah aktivitas pelatihan per tahun yang dilakukan PT. Mahameru Duta Pasifik untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan karyawan dalam proses pengadaan barang	Target : 3x Pelatihan Realisasi:1x Pelatihan	4
3	Persentase karyawan yang berkontribusi dalam bentuk ide perbaikan untuk meningkatkan kinerja PT. Mahameru Duta Pasifik	15%	2
4	Persentase jumlah mitra usaha yang termasuk kategori	50%	6

	Pernyataan	Pencapaian	Bobot Pencapaian
	baik		
5	Persentase jumlah proses bisnis pendistribusian PT. Mahameru Duta Pasifik Yang Dukung Teknologi	80%	8
6	Turnover karyawan PT. Mahameru Duta Pasifik tiap tahunnya	Keluar 1 Masuk 1	10
D. Perspektif Pelanggan			
1	Rata – rata penambahan pelanggan tiap bulannya	1	4
2	Lamanya waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan komplain pelanggan	3	10
3	Persentase rata – rata pelanggan yang membeli secara berulang (<i>Loyal</i>)	75%	6

Setelah memperoleh hasil pembobotan dari empat perspektif dan data PT. Mahameru Duta Pasifik, maka langkah selanjutnya menentukan bobot akhir dari *Balanced Scorecard* pada PT. Mahameru Duta Pasifik, yang disajikan pada tabel berikut:

Tabel 7. *Balanced Scorecard* pada PT. Mahameru Duta Pasifik

No	Perspektif	Bobot Perspektif	Bobot Pencapaian	Skor Terbobot	Skor Perspektif
A Keuangan (20%)					
1.	Biaya Operasional	0.705	4	2.82	5.77
2.	Penghematan Anggaran Dana	0.295	10	2.95	
B Proses Bisnis Internal (30%)					
1.	Pengiriman Tepat Waktu	0.320	8	2.56	8.37
2.	Kesalahan Pengiriman	0.160	6	0.96	
3.	Pengadaan Ulang	0.160	10	1.6	
4.	Waktu Pembuatan Laporan	0.136	10	1.36	
5.	<i>Lead Time</i> Pengadaan Barang	0.136	10	1.36	
6.	Waktu Proses Pembayaran	0.088	6	0.53	
C Pembelajaran dan Pertumbuhan (25%)					
1.	Tingkat Kehadiran	0.140	8	1.12	5.76
2.	Pelatihan Karyawan	0.224	4	0.9	
3.	Partisipasi Karyawan	0.232	2	0.46	
4.	Mitra Usaha Kategori Baik	0.124	6	0.74	
5.	Pemanfaatan Teknologi	0.128	8	1.02	
6.	<i>Turnover</i> Karyawan	0.152	10	1.52	
D Pelanggan (25%)					
1.	Pertumbuhan Pelanggan	0.603	4	2.41	5.54
2.	Penyelesaian Keluhan	0.187	10	1.87	
3.	Retensi Pelanggan	0.210	6	1.26	

Setelah mengetahui skor perspektif dari masing-masing perspektif maka selanjutnya adalah menghitung nilai kinerja PT. Mahameru Duta Pasifik yang disajikan pada tabel berikut :

Tabel 8. Nilai Kinerja PT. Mahameru Duta Pasifik

No	Perspektif	%	Skor Perspektif	Nilai Kinerja
A	Keuangan	20	5.77	1.15
B	Proses Bisnis Internal	30	8.37	2.51
C	Pembelajaran dan Pertumbuhan	25	5.76	1.44
D	Pelanggan	25	5.54	1.38
Total				6.48

Berdasarkan tabel 8 diperoleh skor perspektif terendah ialah pelanggan yaitu 5.54 dimana jika dilihat dari tabel 6 bahwa PT. Mahameru Duta Pasifik mendapatkan bobot terendah pada pertumbuhan pelanggan dan retensi pelanggan. Selanjutnya pada skor perspektif pembelajaran dan pertumbuhan yang memperoleh skor 5.76 dimana jika berdasarkan tabel 6 bahwa skor terendah pada partisipasi karyawan, pelatihan karyawan dan mitra usaha yang baik. Skor perspektif keuangan dimana memiliki skor 5.77 dimana jika di tinjau dari tabel 6 bahwa skor terendah terletak pada biaya operasional. Skor tertinggi ada pada perspektif proses bisnis internal dimana PT. Mahameru Duta Pasifik telah melakukan pengiriman tepat waktu, rendahnya pengadaan ulang yang tidak memenuhi syarat, tanggap dalam membuat laporan dan optimal dalam proses perencanaan pengadaan barang. Setelah mengetahui skor perspektif dari PT. Mahameru Duta Pasifik maka disusun langkah rekomendasi yang dapat dijadikan keputusan strategi kedepannya, diantaranya:

1. Mengatur rute distribusi dan menyalurkan pada satu waktu

Strategi ini dipilih karena pada perspektif keuangan hanya memiliki skor 5,77, perlu adanya strategi bagaimana mengelola rute yang terbaik dan hanya mengirimnya pada waktu tertentu seperti hanya mengirim di pagi atau sore hari, dengan demikian akan dapat menurunkan biaya operasional dan meminimasi biaya distribusi,

2. Memberikan pelatihan kreativitas kepada karyawan agar menjadi perilaku yang inovatif.

Straetgi ini didasarkan karena skor perspektif pembelajaran dan pertumbuhan pada nilai 5.76. Adapun tujuan pelatihan adalah membentuk perilaku inovatif pada karyawan, karyawan yang inovatif akan mengimplementasikan ide kreatifnya pada aktivitas bisnis yang akan menguntungkan perusahaan.

3. Lebih menjalin kerjasama yang baik dengan berbagai retail serta menstimulus dengan strategi *bundling* maupun diskon.

Strategi ini didasari karena skor perspektif pelanggan yang hanya 5.54. Perusahaan hendaknya mengutus karyawan yang mudah bersosialisasi agar dapat meningkatkan tingkat komunikasi antara karyawan dan pelanggan, meningkatnya komunikasi akan menjalin hubungan yang erat terhadap perusahaan sehingga akan menambah kategori retail yang baik. Selain dari pada itu, perusahaan juga dapat memberikan strategi *bundling* produk dan diskon pada waktu tertentu dimana tujuannya adalah meningkatkan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan serta meningkatkan kepercayaan mitra kepada perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

PT. Mahameru Duta Pasifik memperoleh skor yaitu 6.48 dimana hasil ini berada pada posisi kuning (hati-hati), Adapun rekomendasi kebijakan yang dapat menjadi strategi PT. Mahameru Duta Pasifik kedepannya ialah 1) Mengatur rute distribusi dan menyalurkan pada satu waktu, 2) Lebih menjalin kerjasama

yang baik dengan berbagai retail serta menstimulus dengan strategi *bundling* maupun diskon, dan 3) Memberikan pelatihan kreativitas kepada karyawan agar menjadi perilaku yang inovatif

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya diberikan kepada PT. Mahameru Duta Pasifik yang bersedia menjadi objek pengabdian masyarakat ini. Semoga dengan hasil *balanced scorecard* ini dapat menjadi pertimbangan kebijakan dalam menentukan strategi bisnis perusahaan kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Elba, E., Calderon, F., Juan, F., & Vivian, E. (2017). Importance of the Balanced G Research. *Journal of Engineering and Technology*, 4(6).
- Fauzi, A., Suharjo, B., & Syamsun, M. (2016). Pengaruh sumber daya finansial, aset tidak berwujud dan keunggulan bersaing yang berimplikasi terhadap kinerja usaha mikro, kecil dan menengah di Lombok NTB. *Manajemen IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 11(2), 151-158.
- Ibrahim, M., & Murtala, S. (2015). The relevance of balanced scorecard as a technique for assessing performance in the Nigerian banking industry. *European journal of business, economics and accountancy*, 3(4), 71-80.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2000). Balanced Scorecard: Menerapkan strategi menjadi aksi.
- Koumpuros, Y. (2012). *Balanced Scorecard: Application in the General Panarcadian Hospital of Tripolis*. Greece
- Purnomo, A. (2011). Pedoman Pengukuran Kinerja Distribusi dengan Balanced Scorecard dan Objectives Matrix Di PT MQ Consumer Goods. In *Prosiding Seminar Nasional Industrial Services* (pp. 11-12).
- Quesado, P. R., Aibar Guzmán, B., & Lima Rodrigues, L. (2018). Advantages and contributions in the balanced scorecard implementation. *Intangible capital*, 14(1), 186-201.
- Suhada, A., & Hendrayanti, E. (2019). Analisis Kinerja Perusahaan dengan Pendekatan Balanced Scorecard. *Optimal: Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 13(1), 57-72.
- Tatachi, P., Flavio T., & Kashi B. 2012. Performance Measurement and Management Systems: State of the Art, Guidelines for Design and Challenges. *Measuring Business Excellenns*, 16(2).
- Tjiptono, T. & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik. Edisi Kedua*. Yogyakarta
- Yurniwati, Y. (2001). *Kinerja Perusahaan Diukur Dengan Balanced Scorecard*. Universitas Padjajaran Bandung.
- Yuwono, S. (2002). *Petunjuk Praktis Penyusunan Balanced Scorecard Menuju Organisasi yang Berfokus Pada Strategi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama