

## ABSTRAK

Pertumbuhan industri yang semakin tinggi disertai dengan persaingan yang semakin ketat menyebabkan badan usaha membutuhkan informasi yang relevan sehingga proses pengambilan putusan dapat dilakukan secara tepat. Akuntansi sebagai sistem informasi dituntut untuk mampu menyediakan informasi yang relevan. Akuntansi tradisional dapat memberikan informasi yang menyesatkan dari pengukuran kinerja karena hanya memfokuskan pada kinerja keuangan saja. Sistem pengukuran kinerja merupakan bagian dari perencanaan dan pengendalian yang penting bagi kesuksesan badan usaha. Karena badan usaha saat ini menjadi semakin kompleks, maka informasi akuntansi yang disediakan oleh akuntansi tradisional menjadi kurang akurat dan obyektif dalam menilai kinerja dan tidak mendukung *continuous improvement* yang sangat dibutuhkan oleh badan usaha.

Untuk mengatasi hal itu, maka digunakan *balanced scorecard* yang mengukur kinerja dari sudut pandang keuangan dan non keuangan. Kata *balanced* digunakan karena menunjukkan keseimbangan antara pengukuran eksternal untuk pemegang saham dan pelanggan dengan pengukuran internal dari proses bisnis dan *learning and growth*. *Balanced scorecard* mengukur kinerja dari empat sudut pandang, yaitu: *financial perspective*, *customer perspective*, *internal business process perspective*, dan *learning and growth perspective*. Dari masing-masing *perspective* akan ditentukan *key success factor* yang penting bagi badan usaha.

Dalam *financial perspective*, pengukuran yang digunakan adalah *cash flow*, *profit margin on sales*, *return on equity*. Dalam *customer perspective*, pengukuran yang digunakan adalah *on time delivery*, *sales return*, *number of complain*. Dalam *internal business process perspective*, pengukuran yang digunakan adalah *cycle time*, *defect rate*, *yield rate*. Sedangkan dalam *learning and growth perspective*, pengukuran yang digunakan adalah *employee turnover*, *absenteeism*, dan *employee training*.

*Balanced scorecard* lebih dari sistem pengukuran operasional. *Balanced scorecard* digunakan untuk menetapkan strategi bisnis, mengkomunikasikan strategi bisnis tersebut, dan membantu individu, organisasi, dan departemen-departemen yang ada untuk mencapai *common goal*. Jadi *balanced scorecard* digunakan sebagai sistem *learning, informing*, dan *communication*, bukan sistem pengendalian.

Badan usaha menggunakan *scorecard* sebagai *strategic management system* untuk *manage* strategi jangka panjangnya sehingga selaras

dengan tindakan -tindakan yang diambil dalam jangka pendek. Ada empat proses manajemen yang digunakan dalam *balanced scorecard*, yaitu:

- Clarify and translate vision and strategy*
- Communicate and link strategic objectives and measures*
- Plan, set targets, and align strategic initiatives*
- Enhance strategic feedback and learning*

Empat perspektif dalam *balanced scorecard* saling berhubungan dan fungsinya sebagai landasan keberhasilan badan usaha pada masa kini dan masa yang akan datang sehingga tujuan badan usaha dapat tercapai dan dapat memenangkan persaingan.

PT "X" merupakan badan usaha yang bergerak dalam industri kemasan plastik, yang memproduksi kemasan untuk produk farmasi, kosmetik, air mineral, dan kimia. Bahan baku utama yang digunakan oleh PT "X" adalah biji plastik dari berbagai jenis dan pigmen serta tinta untuk pewarnaan. Bahan baku tersebut sebagian besar diimpor dari Jerman, Korea, Taiwan, Jepang, Singapura, Amerika, dan Australia.

Dalam menjalankan usahanya, PT "X" menetapkan tujuan, yaitu: menyediakan teknologi proses plastik yang lengkap (*Complete Plastic Processing Technology*) dengan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Untuk mencapai tujuan tersebut, PT "X" melakukan program peningkatan kualitas dan produktivitas serta kecakapan para pegawainya, sehingga melalui perbaikan yang terus-menerus, maka PT "X" dapat mengalahkan pesaing-pesaingnya.

Informasi yang diperoleh PT "X" dari *customer perspective* akan menjadi masukan bagi pihak manajemen untuk meningkatkan kinerja dan pelayanannya kepada konsumen, sehingga dengan kepuasan konsumen akan memberikan nilai tambah kepada konsumen. Kinerja *customer perspective* tidak dapat terlepas dari kinerja *internal business process perspective*. Peningkatan-peningkatan dalam *internal perspective* dengan sendirinya akan meningkatkan pelayanan dan kepuasan konsumen PT "X". *Learning and growth perspective* juga akan mempengaruhi tiga perspektif lainnya. Dengan adanya *training*, maka kemampuan karyawan PT "X" akan bertambah sehingga akhirnya pelanggan akan puas karena pelayanan yang diberikan sudah baik. *Financial perspective* bertindak sebagai fokus dari perspektif yang lain. Jadi setiap ukuran yang digunakan dalam *scorecard* akan memperbaiki kinerja keuangan.