

## ABSTRAK

Sejak badai krisis ekonomi yang meledak pada pertengahan tahun 1997, hanya sedikit industri dalam negeri yang tetap bertahan kokoh. Salah satu diantaranya adalah industri rokok, yang meliputi rokok kretek, rokok putih dan rokok klobot. Bahkan beberapa perusahaan dalam industri rokok menjadi perusahaan raksasa yang sehat dengan kinerja bisnis yang bagus.

Industri rokok ini memiliki peranan lebih besar dalam perekonomian nasional karena menjadi salah satu mesin devisa. Sebagai salah satu industri yang sangat padat karya, posisinya di Indonesia kuat dan memiliki kesempatan untuk dikembangkan karena daya serap pasaran lokal juga sangat besar. Indonesia merupakan konsumen rokok terbesar ketiga setelah Republik Rakyat Tiongkok (RRT) dan Jepang.

Peranan dari industri rokok yang semakin penting inilah, maka perusahaan rokok dalam hal ini PT "X" harus dapat menetapkan strategi yang tepat agar dapat bersaing secara kompetitif. Dalam melakukan evaluasi dan pengukuran kinerja badan usaha, PT "X" harus melihat tidak hanya dari aspek finansial tetapi juga dari aspek non-finansial. PT "X" juga harus memperhatikan keseimbangan antara pencapaian kinerja finansial dan non-finansial, antara indikator *lagging* dan indikator *leading*, antara kinerja jangka pendek dan kinerja jangka panjang, serta antara kinerja yang bersifat intern dan bersifat ekstern.

Salah satu alat yang dapat digunakan untuk melakukan pengukuran kinerja badan usaha adalah *Balanced Scorecard*. *Balanced Scorecard* membantu badan usaha dalam menerjemahkan visi dan strategi ke dalam berbagai tujuan dan ukuran, yang tersusun dalam empat *perspective*, yakni: *financial perspective*, *customer perspective*, *internal business perspective*, dan *learning and growth perspective*.

Pembahasan skripsi ini difokuskan pada *customer perspective*, karena *customer* merupakan salah satu faktor yang penting, dimana *customer* merupakan sumber pendapatan bagi badan usaha. PT "X" harus lebih memfokuskan kepada *customer satisfaction*, karena saat ini *customer* mempunyai kesempatan memilih produk dan jasa yang ditawarkan oleh badan usaha, karena itu badan usaha harus dapat mengetahui apa yang menjadi kebutuhan *customer*.

*Customer retention* merupakan salah satu hal yang penting bagi PT "X", karena PT "X" harus mampu menciptakan suatu ketergantungan *customer* atas produknya. Hal penting lainnya adalah ketersediaan produk yang berkesinambungan sehingga dapat menciptakan *customer satisfaction*.