

ANALISIS BALANCED SCORECARD SEBAGAI ALAT PENGUKURAN KINERJA PADA CV YAMAHA SINAR UTAMA HIDAYATULLAH SAMARINDA

Kamalia Pantalisa

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman

Cornelius Rantelangi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman

Anisa Kumawardani

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman

Abstract

This research determine: How the performance of CV Yamaha Sinar Utama Hidayatullah Samarinda during 2012 and 2013 measured using the Balanced Scorecard concept. And the research pupose is to determine the performance of CV Yamaha Sinar Utama Hidayatullah Samarinda in 2012 and 2013 seen from the Balanced Scorecard concept. Based on the results of the research indicate: (1) Financial Perspective of CV Yamaha Sinar Utama in 2012 is quite good, while in 2013 is still not good. In 2013 the company was not able to optimize the use of assets to generate the level of sales and higher investment returns. Similarly, the percentage of sales growth in 2013 were lower than the previous year. ROI and profit margin percentage is still low. (2) Customer Perspective of CV Yamaha Sinar Utama in 2012 and 2013 is quite good. Customer Retention percentage is fairly high, although the percentage of Customer Acquisition had decreased. (3) Internal Business Process Perspective of CV Yamaha Sinar Utama in 2012 and 2013 is quite good, because every year the company is always able to provide the addition of new products. (4) Learning and Growth Perspective of CV Yamaha Sinar Utama in 2012 and 2013 is quite good, it is seen from the increasing percentage of employee training and employee productivity is high enough and the number of employees out every year si become less.

Keyword: Balanced Scorecard, Financial Perspective, Customer Perspective, Internal Business Processes Perspective, Learning and Growth Perspective

PENDAHULUAN

Pengukuran kinerja merupakan faktor yang sangat penting dalam suatu organisasi bisnis. Didalam sistem pengendalian manajemen pada suatu organisasi bisnis, pengukuran kinerja merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh pihak manajemen untuk mengevaluasi hasil-hasil kegiatan yang telah dilaksanakan oleh masing-masing pusat pertanggungjawaban yang dibandingkan dengan tolak ukur yang telah diterapkan.

Balanced Scorecard menggambarkan adanya keseimbangan antara ukuran keuangan dan nonkeuangan, antara tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang, antara indikator lagging dan indikator leading. Dengan menerapkan konsep Balanced Scorecard para manajer perusahaan akan mampu mengukur bagaimana unit bisnis mereka melakukan penciptaan nilai saat ini dengan tetap mempertimbangkan kepentingan-kepentingan di masa yang akan datang. Balanced Scorecard merupakan suatu sistem manajemen, pengukuran, dan pengendalian yang secara cepat, tepat, dan komprehensif dapat memberikan pemahaman kepada manajer tentang performance bisnis (Mulyadi, 2014).

CV Yamaha Sinar Utama Hidayatullah Samarinda merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan sepeda motor. Ada begitu banyak perusahaan sejenis yang terdapat di Kota Samarinda, dan perusahaan-perusahaan tersebut saling bersaing satu sama lain untuk menjadi yang terbaik. Sebagai perusahaan yang terus berkembang, CV Yamaha Sinar Utama harus mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan sejenis lainnya yang terus tumbuh dan berkembang pesat. Persaingan yang ketat harus diimbangi dengan manajemen yang baik agar perusahaan bisa terus bertahan. Manajemen yang baik harus mampu mengukur dan menilai kinerja perusahaan dari semua aspek yang turut menunjang kelangsungan hidup perusahaan sehingga dapat dilakukan perbaikan di masa mendatang

bila terdapat kekurangan dan kelemahan (Hanuma, 2010).

CV Yamaha Sinar Utama Hidayatullah Samarinda dalam kegiatan sehari-harinya telah melakukan pengukuran terhadap kinerja perusahaan. Namun, dalam melaksanakan pengukuran kinerjanya CV Yamaha Sinar Utama Hidayatullah Samarinda masih menggunakan cara yang tradisional yaitu hanya mengukur kinerja perusahaan dari segi aspek keuangannya saja tanpa memperhatikan aspek-aspek lain (nonkeuangan) yang sebenarnya juga sangat mendukung dan penting serta saling berkaitan untuk melihat keefektifan kinerja dalam usaha meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Seperti yang telah disebutkan diatas, metode *Balanced Scorecard* mengklasifikasikan pengukuran kinerja ke dalam empat perspektif, yaitu perspektif keuangan, perspektif pelanggan, perspektif proses bisnis internal dan perspektif pembelajaran dan pertumbuhan. Dari perspektif keuangan akan melihat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari penjualan yang dilakukan dalam periode tertentu. Perspektif pelanggan akan melihat kemampuan perusahaan dalam menarik pelanggan baru lebih banyak dari tahun sebelumnya. Perspektif proses bisnis internal akan melihat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan produk baru yang bersaing untuk dipasarkan. Perspektif pembelajaran dan pertumbuhan akan melihat kemampuan perusahaan dalam mempertahankan karyawan yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan serta membina dan mengembangkan kemampuan sumber daya manusianya (Mulyadi, 2014).

DASAR TEORI

Balanced Scorecard

Pengertian *Balanced Scorecard* menurut Mulyadi (2014:3), *Balanced Scorecard* terdiri dari dua kata: kartu skor (*scorecard*) dan berimbang (*balance*). Kartu skor adalah kartu yang digunakan untuk mencatat skor hasil kinerja seseorang untuk merencanakan skor yang hendak diwujudkan oleh personel masa depan. Kata berimbang dimaksudkan untuk menunjukkan bahwa kinerja personel diukur secara berimbang dari dua aspek: keuangan dan nonkeuangan, jangka pendek dan jangka panjang, intern dan ekstern. Ada empat perspektif dalam *Balanced Scorecard* yaitu:

1. Perspektif Keuangan

Dalam *Balanced Scorecard*, perspektif keuangan tetap digunakan karena ukuran keuangan merupakan ikhtisar dari konsekuensi ekonomi yang terjadi yang disebabkan oleh tindakan manajemen yang menunjukkan seberapa hasil yang didapat secara maksimal. Pengukuran kinerja keuangan mempertimbangkan adanya tahapan dari siklus kehidupan bisnis yaitu *growth*, *sustain*, dan *harvest* (Kaplan *et al*, 2000).

2. Perspektif Pelanggan

Dalam perspektif ini, para manajer mengidentifikasi pelanggan dan segmen pasar dimana unit bisnis tersebut akan bersaing dengan berbagai ukuran kinerja unit bisnis di dalam sasaran masing-masing. Jika perusahaan ingin mencapai kinerja keuangan yang memuaskan dan unggul dalam jangka panjang, mereka harus menciptakan dan menjanjikan suatu produk atau jasa yang bernilai bagi konsumen. Tetapi tentu perusahaan tidak mampu memenuhi semua keinginan konsumen, oleh karena itu perlu dilakukan segmentasi pasar. Jadi perusahaan harus mengidentifikasi pelanggan dan segmen pasar dimana mereka akan berkompetisi (Mulyadi, 2014).

3. Perspektif Proses Bisnis Internal

Balanced Scorecard menghendaki manajer untuk memberikan perhatian penting pada berbagai aktivitas serta proses bisnis yang membawa pengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan. Untuk menentukan tolak ukur kinerja bagi perspektif ini, manajemen perusahaan pertama-pertama perlu mengidentifikasi proses bisnis internal yang terdapat di dalam perusahaan (Mulyadi, 2014).

4. Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan

Proses ini mengidentifikasi infrastruktur yang harus dibangun perusahaan untuk meningkatkan pertumbuhan dan kinerja jangka panjang. Proses pembelajaran dan pertumbuhan ini bersumber dari faktor sumber daya manusia, sistem, dan prosedur organisasi. Yang termasuk dalam perspektif ini adalah pelatihan pegawai dan budaya perusahaan yang berhubungan dengan perbaikan individu dan organisasi (Mulyadi, 2014).

METODE PENELITIAN

A. Perspektif Keuangan (*Financial Perspective*)

1. ROI (*Return On Investment*)

Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aset untuk menghasilkan laba bersih. ROI dapat dikatakan baik jika rata-rata persentasenya sebesar 9,8% (Husnan, 2008: 75).

$$\text{ROI} = \frac{\text{EAT}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

2. Profit Margin

Profit margin digunakan untuk melihat besar kecilnya laba usaha dalam hubungannya dengan penjualan untuk mengetahui efisiensi perusahaan. Semakin tinggi nilai profit margin berarti semakin baik, karena dianggap kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba cukup tinggi. Menurut Keown (2008), rumus *profit margin* adalah sebagai berikut :

$$\text{EAT} = \frac{\text{Profit Margin}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

3. Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth*)

Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth*) merupakan ukuran kemampuan perusahaan dalam meningkatkan penjualan dari tahun ke tahun yang tujuannya untuk memperbesar *financial return*. Menurut Husnan (2008:559), rumus *Sales Growth* adalah:

$$\text{Sales Growth} = \frac{\text{Sales}_t - \text{Sales}_{t-1}}{\text{Sales}_{t-1}} \times 100\%$$

B. Perspektif Pelanggan (*Customer Perspective*)

1. Jumlah Komplain (*Number of Complaint*)

Number of Complaint adalah jumlah komplain dari pelanggan yang pada umumnya terjadi karena ketidaksesuaian produk yang di pesan atau karena produk yang di kirim rusak. Semakin sedikit komplain yang di terima atau jumlah komplain mengalami penurunan, semakin baik. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengatasi keluhan-keluhan dari pelanggan (Wahyuni, 2011).

$$\text{Number of Complaint} = \frac{\text{Jumlah Komplain}}{\text{Total Pelanggan}} \times 100\%$$

2. Akuisisi Pelanggan (*Customer Acquisition*)

Ukuran akuisisi pelanggan mengukur dalam bentuk absolut dan relatif kekuatan unit bisnis menarik dan memenangkan pelanggan atau bisnis baru. Akuisisi pelanggan diukur dengan banyaknya jumlah pelanggan baru atau jumlah penjualan kepada pelanggan baru. Semakin tinggi jumlah pelanggan baru menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menarik pelanggan (Yuwono dkk, 2007:165).

$$\text{Customer Acquisition} = \frac{\text{Pelanggan Baru}}{\text{Total Pelanggan}} \times 100\%$$

3. Retensi Pelanggan (*Customer Retention*)

Mengukur kemampuan perusahaan mempertahankan pelanggan dalam segmen pasar. Semakin tinggi persentasi retensi pelanggan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan pelanggan dan juga menunjukkan loyalitas serta kepuasan pelanggan terhadap perusahaan Menurut Yuwono,dkk. (2007:165) rumus retensi pelanggan yaitu:

$$\text{Retensi Pelanggan} = \frac{\text{Jumlah Pelanggan Lama}}{\text{Total Pelanggan}} \times 100\%$$

C. Perspektif Proses Bisnis Internal (*Internal Business Process perspective*)

Salah satu ukuran yang digunakan dalam perspektif ini adalah *Respond Time*. *Respond Time* digunakan untuk mengetahui lama waktu pelayanan kepada pelanggan dalam proses transaksi pembelian sepeda motor Yamaha (Kaplan & Norton, 2000).

Respond Time = *Waiting Time*

Keterangan:

Respond Time = Waktu tanggapan

Waiting Time = Waktu Tunggu

D. Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan (*Learning and Growth Perspective*)

1. Program Pelatihan Karyawan (*Employee Training Program*) Mengidentifikasi jumlah karyawan yang berpartisipasi dalam program pelatihan yang dilaksanakan oleh perusahaan. Semakin banyak jumlah karyawan yang mendapat *training* menunjukkan semakin baik kemampuan perusahaan dalam memberikan pelatihan kepada karyawannya (Kaplan & Norton, 2000).

$$\text{Employee Training} = \frac{\text{Jumlah Karyawan Training}}{\text{Jumlah Karyawan}} \times 100\%$$

2. Produktivitas Karyawan (*Employee Productivity*)

Mengukur tingkat produktivitas karyawan dalam menghasilkan penjualan. Pengukuran dilakukan dengan membandingkan jumlah karyawan dengan total penjualan. Dimana hasil yang dilihat adalah seberapa besar jumlah produktivitas yang dihasilkan oleh setiap karyawan dari total penjualan yang dilakukan. Semakin tinggi persentase produktivitas karyawan menunjukkan tingkat produktivitas setiap karyawan tinggi pula atau dengan kata lain kinerja karyawan dalam menghasilkan pendapatan dari total penjualan cukup baik (Kaplan & Norton, 2000).

$$\text{Employee Productivity} = \frac{\text{Total Penjualan}}{\text{Total Karyawan}} \times 100\%$$

3. Retensi Karyawan (*Employee Retention*)

Mengukur retensi karyawan dilakukan dengan melihat jumlah karyawan yang keluar setiap tahunnya. Semakin sedikit jumlah karyawan yang keluar menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dalam mempertahankan minat karyawan untuk bekerja di perusahaan cukup baik. Hal ini juga menunjukkan bahwa karyawan merasa puas terhadap kinerja perusahaan yang berarti akan menunjukkan loyalitas karyawan terhadap perusahaan (Kaplan & Norton, 2000).

Employee Retention = Jumlah Karyawan Keluar Per Tahun

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

1. Perspektif Keuangan

Dari hasil perhitungan *ROI* CV Yamaha Sinar Utama Hidayatullah Samarinda bersifat fluktuatif. Hal ini dilihat dari hasil perhitungan *ROI* tahun 2011 sebesar 9%, pada tahun 2012 mengalami penurunan menjadi 7%, kemudian pada tahun 2013 kembali meningkat menjadi 9%. Dari hasil perhitungan, profit margin tahun 2011 sebesar 3%, tahun 2012 sebesar 2%, dan tahun 2013 sebesar 2%. Hal ini menunjukkan bahwa pada tahun

2012 terjadi penurunan persentase profit margin sebesar 1% dari tahun sebelumnya. Kemudian pada tahun 2013 tidak ada peningkatan maupun penurunan persentase *Profit Margin* dari tahun sebelumnya. Perhitungan *Sales Growth* menunjukkan bahwa persentase pertumbuhan penjualan dari tahun 2012 ke tahun 2013 mengalami penurunan sebesar 5%. Tahun 2012 tingkat penjualan sebesar Rp 207.963.198.278 dengan persentase pertumbuhan penjualan sebesar 14% dan tahun 2013 sebesar Rp 227.166.915.267 dengan persentase pertumbuhan penjualan sebesar 9%. Menurunnya tingkat pertumbuhan penjualan ini juga merupakan salah satu faktor yang menyebabkan rendahnya perolehan persentase *ROI* dan menurunnya perolehan persentase profit margin karena kedua alat ukur tersebut dihitung berdasarkan total penjualan dan laba yang diperoleh perusahaan. Dilihat dari perspektif keuangan secara keseluruhan kinerja CV Yamaha Sinar Utama Hidayatullah Samarinda pada tahun 2012 cukup baik, sedangkan pada tahun 2013 masih kurang baik.

2. Perspektif Pelanggan

Berdasarkan analisis yang dilakukan persentase komplain pelanggan tahun 2011 sebesar 0,32%, tahun 2012 sebesar 0,15%, dan tahun 2013 sebesar 0,11%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa persentase komplain pelanggan terus menurun atau jumlah keluhan pelanggan terus berkurang setiap tahunnya. Dari hasil perhitungan *Customer Acquisition* persentase perolehan pelanggan baru dari tahun 2011 ke tahun 2012 mengalami peningkatan sebesar 10,83%. Persentase perolehan pelanggan baru menurun drastis pada tahun 2013 yakni sebesar 32,77% dari tahun sebelumnya. Berdasarkan perhitungan *Customer Retention*, persentase *Customer Retention* tahun 2011 67%, pada tahun 2012 lebih rendah dari tahun sebelumnya menjadi sebesar 56,17%. Pada tahun 2013 meningkat cukup tinggi menjadi sebesar 88,94%. Berdasarkan pembahasan diatas, kinerja CV Yamaha Sinar Utama Hidayatullah Samarinda tahun 2012 dan 2013 secara keseluruhan jika dilihat dari perspektif pelanggan cukup baik. Hanya diperlukan perbaikan di beberapa sisi salah satunya pada peningkatan kualitas pelayanan dan promosi.

3. Perspektif Proses Bisnis Internal

Pada CV Yamaha Sinar Utama Hidayatullah Samarinda, proses pelayanan dimulai dari konfirmasi pembelian sepeda motor oleh pelanggan, kemudian dilanjutkan dengan transaksi pembayaran. Setelah transaksi pembayaran selesai kemudian dilanjutkan dengan proses terakhir yaitu proses penyetalan dan pemeriksaan kelengkapan sepeda motor oleh teknisi perusahaan. Total waktu mulai dari konfirmasi pembelian oleh pelanggan sampai dengan proses terakhir penyetalan dan pemeriksaan selesai adalah kurang lebih 30 menit. Waktu yang digunakan untuk proses pelayanan yang diberikan oleh CV Yamaha Sinar Utama Hidayatullah kurang lebih sama setiap tahunnya yaitu tidak lebih dari 30 menit. Perusahaan selalu berusaha memberikan proses pelayanan yang konsisten serta sebaik dan sesingkat mungkin untuk memberikan kepuasan bagi pelanggan. Berdasarkan penjelasan diatas, maka disimpulkan kinerja perusahaan dalam perspektif proses bisnis internal tahun 2012 dan 2013 cukup baik.

4. Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan

Berdasarkan perhitungan *Employee Training Program*, persentase karyawan yang mengikuti training terus meningkat setiap tahunnya. Tahun 2011 ke tahun 2012 meningkat sebesar 3%, kemudian dari tahun 2012 ke tahun 2013 kembali meningkat sebesar 5%. Dari hasil perhitungan, *Employee Productivity* tahun 2011 sebesar Rp 3.383.823.575,48, tahun 2012 sebesar Rp 3.199.433.819,66, dan tahun 2013 sebesar Rp 3.724.047.791,26. Tingkat produktivitas karyawan menunjukkan seberapa besar produktivitas karyawan dalam menghasilkan pendapatan dari total penjualan pada suatu periode. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka dapat dilihat bahwa pada tahun 2011 setiap satu orang karyawan mampu menghasilkan Rp 3.383.823.575,48 pendapatan dari total penjualan. Tahun 2012 setiap satu orang karyawan mampu menghasilkan Rp 3.199.433.819,66 pendapatan dari total penjualan. Kemudian pada tahun 2013 setiap satu orang karyawan mampu menghasilkan Rp 3.724.047.791,26 pendapatan dari total

penjualan. Pada tahun 2012 tingkat produktivitas karyawan mengalami penurunan. Penurunan produktivitas karyawan ini tidak sebanding dengan tingkat persentase *Employee Training Program* yang meningkat pada tahun 2012. Seharusnya pada tahun 2012 produktivitas karyawan ikut meningkat, karena pada tahun tersebut jumlah karyawan yang mengikuti pelatihan lebih banyak dari tahun sebelumnya. Penurunan produktivitas karyawan ini bila dihubungkan dengan kegiatan pelatihan karyawan adalah karena pelatihan yang diberikan perusahaan berada di penghujung tahun, sehingga ilmu yang didapat karyawan selama pelatihan belum sempat diaplikasikan pada tahun tersebut. Hal ini dibuktikan dengan produktivitas karyawan pada tahun 2013 yang mengalami peningkatan cukup tinggi. Peningkatan produktivitas karyawan ini diasumsikan merupakan dampak dari pelatihan yang diberikan oleh perusahaan bagi karyawan pada tahun sebelumnya dan tahun yang bersangkutan.

Berdasarkan analisis *Employee Retention*, CV Yamaha Sinar Utama Hidayatullah Samarinda memiliki kinerja yang cukup baik dalam mempertahankan dan memberikan kenyamanan kepada karyawan. Perusahaan telah memberikan perhatian yang baik kepada karyawannya dengan memberikan gaji yang sesuai dengan kerja keras karyawan serta terus memberikan kesempatan untuk mendapatkan pelatihan sehingga karyawan memiliki harapan untuk bisa semakin berkembang dan memiliki karir masa depan yang cerah. Hal ini dilihat dari jumlah karyawan keluar setiap tahun yang sangat minim. Dengan demikian menunjukkan pula bahwa karyawan CV Yamaha Sinar Utama Hidayatullah Samarinda sangat loyal dan nyaman terhadap perusahaan tempat mereka bekerja.

Berdasarkan pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa dari perspektif pembelajaran dan pertumbuhan, kinerja CV Yamaha Sinar Utama Hidayatullah Samarinda tahun 2012 dan 2013 dapat dikatakan baik.

Penutup

Kesimpulan

1. Perspektif Keuangan (*Financial Perspective*)

Dilihat dari perspektif keuangan dapat disimpulkan bahwa kinerja perusahaan pada tahun 2012 cukup baik sedangkan pada tahun 2013 masih kurang baik. Pada tahun 2013, perusahaan masih belum mampu mengoptimalkan penggunaan aset untuk menghasilkan tingkat penjualan dan kembalian investasi yang tinggi. Hal ini ditunjukkan oleh persentase *ROI* yang masih sangat rendah, kemudian dari persentase *profit margin* yang tidak mengalami perubahan baik penurunan maupun peningkatan, demikian pula dengan persentase pertumbuhan penjualan tahun 2013 yang mengalami penurunan dari tahun sebelumnya.

2. Perspektif Pelanggan (*Customer Perspective*)

Dari perspektif pelanggan kinerja perusahaan tahun 2012 dan 2013 dinilai cukup baik. Hal ini dilihat dari kemampuan perusahaan dalam menangani dan mengatasi keluhan dari pelanggan sehingga jumlah keluhan pelanggan terus berkurang dari tahun ke tahun. Kemudian dilihat dari persentase *Customer Retention* yang cukup tinggi, yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan pelanggan dan juga

menunjukkan loyalitas dan kepuasan pelanggan terhadap perusahaan. Namun kinerja perusahaan dalam menarik pelanggan baru masih kurang baik, hal ini dilihat dari tingkat persentase *Customer Acquisition* yang menurun. Meskipun demikian kinerja perusahaan dari perspektif pelanggan masih dapat dikategorikan baik karena penurunan tersebut tidak berdampak negatif terhadap total penjualan secara keseluruhan.

3. Perspektif Proses Bisnis Internal (*Internal Business Process Perspective*)

Dari perspektif proses bisnis internal kinerja perusahaan pada tahun 2012 dan 2013 dinilai cukup baik. Lama waktu yang digunakan untuk melayani pelanggan dari proses awal pembelian hingga proses akhir yaitu proses penyetelan dan pengecekan kelengkapan kendaraan ditentukan kurang lebih 30 menit. Perusahaan berusaha agar lama waktu pelayanan yang diberikan tidak lebih dari waktu yang sudah ditentukan. Perusahaan selalu berusaha memberikan lama waktu pelayanan yang konsisten serta sebaik dan sesingkat mungkin untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Dengan demikian perusahaan mampu mendapatkan kepercayaan pelanggan sehingga tingkat penjualan kepada pelanggan pun dapat ditingkatkan.

4. Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan (*Learning and Growth Perspective*)

Pada perspektif pembelajaran dan pertumbuhan, kinerja perusahaan tahun 2012 dan 2013 cukup baik. Hal ini dilihat dari tingkat persentase pelatihan karyawan yang terus meningkat yang menunjukkan perusahaan cukup mampu memberikan pelatihan kepada karyawannya. Kemudian dilihat dari angka produktivitas karyawan yang cukup tinggi setiap tahunnya. Demikian juga dilihat dari jumlah karyawan keluar setiap tahun yang sangat minim. Hal ini menunjukkan perusahaan telah mampu mempertahankan dan memberikan kenyamanan bagi karyawan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas dan untuk mendukung peningkatan kinerja perusahaan dimasa mendatang, berikut beberapa saran dan masukan sebagai bahan pertimbangan:

1. Perusahaan diharapkan lebih mampu untuk mengoptimalkan aset yang dimiliki untuk meningkatkan penjualan sehingga diperoleh tingkat kembalian investasi dan laba yang tinggi.
2. CV Yamaha Sinar Utama Hidayatullah Samarinda sebaiknya mempertimbangkan untuk menerapkan metode *Balanced Scorecard* dalam menilai kinerja perusahaan, karena metode *Balanced Scorecard* mampu memberikan gambaran kinerja perusahaan secara keseluruhan, sehingga perusahaan dapat meningkatkan kinerja dari semua sumber daya yang terdapat didalam perusahaan dan apabila terjadi penurunan dari salah satu perspektif perusahaan dapat segera mengambil langkah untuk menanganinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Hanuma, Soraya. 2010. *Analisis Balanced Scorecard Sebagai Alat Pengukur Kinerja Perusahaan*. Fakultas Ekonomi Unuversitas Diponegoro. Semarang.
- Husnan, Suad. 2008. *Manajemen Keuangan: Teori dan Penerapan*. Buku I. Edisi 4. BPFE. Yogyakarta.

- Kaplan, Robert S dan David Norton. 2000. *Balanced Scorecard: Menerapkan Strategi Menjadi Aksi*, Terjemahan oleh Peter R. Yosi Pasla dari *Balanced Scorecard: Translating Strategy Into Action* (1996). Erlangga. Jakarta.
- Keown, Arthur J. 2008. *Manajemen Keuangan*. Edisi 10. PT Macanan Jaya Cemerlang. Jakarta.
- Mulyadi. 2014 *Sistem Terpadu Pengelolaan Kinerja Personel Berbasis Balanced Scorecard*. Cetakan Ketiga. UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- Wahyuni, Sri. 2011. *Analisis Balanced Scorecard Sebagai Alat Pengukuran Kinerja Pada PT Semen Bosowa Maros*. Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Yuwono, Sony, dkk. 2007. *Penyusunan Praktis Pengukuran Kinerja Dengan Balanced Scorecard*. Elex Media Komputindo. Jakarta.