

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
Abstrak.....	x
Abstract.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.1.1 Visi PT TAMBI.....	7
1.1.2 Misi PT TAMBI.....	7
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.6 Lingkup Penelitian.....	11
1.7 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Manajemen Strategi.....	13
2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	15
2.1.3 Tujuan (<i>Objectives</i>).....	17
2.1.4 Tingkat Strategi.....	19
2.1.5 Pengukuran Kinerja.....	20
2.1.6 Konsep Dasar <i>Balanced Scorecard</i>	20
2.1.7 Perspektif <i>Balanced Scorecard</i>	22
2.1.8 Prinsip <i>Strategy Focused Organization</i>	31
2.1.9 Peta Strategi <i>Balanced Scorecard</i>	34

2.1.10 Hubungan <i>Sustainability</i> dan <i>Balanced Scorecard</i>	36
2.1.11 Konsep <i>Balanced Scorecard</i> pada <i>Sustainability Balanced Scorecard</i>	39
2.1.12 Pengembangan <i>Sustainability Balanced Scorecard</i>	44
BAB III METODA PENELITIAN	46
3.1 Desain Penelitian	46
3.2 Metoda Pengumpulan Data	47
3.2.1 Jenis dan Sumber Data	47
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	48
3.2.3 Tempat dan Waktu Pengumpulan Data	49
3.2.4 Metode Sampling	49
3.3.1 Analisis <i>Sustainability Balanced Scorecard</i>	50
3.3.2 Pemetaan Strategi (<i>Strategy Map</i>)	52
3.3.3 Pembobotan <i>Key Performance Indicator</i> (KPI).....	53
3.4 Profil Perusahaan	53
3.4.1 Profil Singkat Perusahaan	53
3.4.2 Visi dan Misi	54
3.4.3 Sejarah PT TAMBI	55
3.4.4 Keadaan Umum.....	56
3.4.5 Jenis Teh yang Diproduksi.....	58
BAB IV RANCANGAN PENELITIAN KASUS.....	61
4.1 Rasionalitas Objek Penelitian	61
4.2 Pendekatan Penelitian.....	61
4.3 Teknik Pengumpulan Data	62
4.3.1 Studi Kepustakaan.....	62
4.3.2 Penelitian Lapangan	62
4.3.3 Observasi	63
4.3.4 Wawancara.....	63
4.3.5 Kuesioner	63
4.4.1 Analisis Visi dan Misi	65
4.4.1.1 Visi Perusahaan.....	65

4.4.1.2	Misi Perusahaan	67
4.5	Penyusunan Peta Strategi	69
4.5.1	Perspektif Keuangan	69
4.5.2	Perspektif pelanggan	70
4.5.3	Perspektif Proses Bisnis	70
4.5.4	Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran.....	71
4.5.5	Perspektif <i>Non</i> -Pasar.....	71
4.6	Penentuan <i>Key Performance Indicator</i> (KPI)	72
4.6.1	Perspektif Keuangan	72
4.6.2	Perspektif Pelanggan.....	74
4.6.3	Perspektif Proses Bisnis Internal.....	77
4.6.4	Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran.....	80
4.6.5	Perspektif <i>Non</i> -Pasar.....	83
4.7	Penetapan Target.....	94
4.7.1	Perspektif Keuangan	95
4.7.2	Perspektif Pelanggan.....	95
4.7.3	Perspektif Proses Bisnis Internal.....	101
4.7.4	Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran.....	104
4.7.5	Perspektif <i>Non</i> -Pasar.....	107
4.8	Perumusan Inisiatif Strategik	113
4.8.1	Perspektif Keuangan	113
4.8.2	Perspektif Pelanggan.....	113
4.8.3	Perspektif Proses Bisnis	114
3.8.4	Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran.....	114
3.8.5	Perspektif <i>Non</i> -Pasar.....	114
4.9	Perumusan Program	114
4.9.1	Perspektif Keuangan	115
4.9.2	Perspektif Pelanggan.....	115
4.9.3	Perspektif Proses Bisnis	116
4.9.4	Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran.....	117
4.9.5	Perspektif <i>Non</i> -pasar	117

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	118
5.1 Simpulan.....	118
5.2 Keterbatasan	122
5.3 Implikasi.....	122
5.4 Saran.....	122
DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN.....	126

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Tingkat Kepuasan BSC di Bain & <i>Company Management Tools</i> dan <i>Trends</i> pada Periode 2006-2017	3
Tabel 2. 1. Faktor Pendukung Tujuan Finansial	24
Tabel 2. 2. Kerangka Identifikasi Eksposur Lingkungan dari Suatu Unit Bisnis	40
Tabel 2. 3. Kerangka untuk Identifikasi Eksposur Sosial dari Sebuah Unit Bisnis	41
Tabel 2. 4. Matriks untuk Menentukan Relevansi Strategis Aspek Lingkungan dan Sosial	43
Tabel 3. 1. Daftar Narasumber	48
Tabel 3. 2. Jenis Teh Hitam	59
Tabel 3. 3. Jenis Teh Hijau	59
Tabel 4. 1. KPI Perspektif Keuangan	72
Tabel 4. 2. KPI Perspektif Pelanggan	74
Tabel 4. 3. KPI Perspektif Proses Bisnis Internal	77
Tabel 4. 4. KPI Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran	80
Tabel 4. 5. Identifikasi Paparan Lingkungan yang Berasal dari Operasional PT TAMBI	84
Tabel 4. 6. Paparan Sosial dari Sebuah Unit Bisnis oleh Pemangku Kepentingan Langsung pada Kelompok Pemangku Kepentingan Internal	86
Tabel 4. 7. Paparan Sosial dari Sebuah Unit Bisnis oleh Pemangku Kepentingan Langsung pada Kelompok Pemangku Kepentingan Sepanjang Rantai Nilai	87
Tabel 4. 8. Paparan Sosial dari Sebuah Unit Bisnis oleh Pemangku Kepentingan Langsung pada Kelompok Pemangku Kepentingan di Komunitas Lokal	89
Tabel 4. 9. Paparan Sosial dari Sebuah Unit Bisnis oleh Pemangku Kepentingan Langsung pada Kelompok Pemangku Kepentingan Masyarakat	91
Tabel 4. 10. Paparan Sosial dari Sebuah Unit Bisnis oleh Pemangku Kepentingan Tidak Langsung pada Kelompok Pemangku Kepentingan Internal	91
Tabel 4. 11. Paparan Sosial dari Sebuah Unit Bisnis oleh Pemangku Kepentingan Tidak Langsung pada Kelompok Pemangku Kepentingan Sepanjang Rantai Nilai	92
Tabel 4. 12. Paparan Sosial dari Sebuah Unit Bisnis oleh Pemangku Kepentingan Tidak Langsung pada Kelompok Pemangku Kepentingan di Komunitas Lokal	93
Tabel 4. 13. Paparan Sosial dari Sebuah Unit Bisnis oleh Pemangku Kepentingan Tidak Langsung pada Kelompok Pemangku Kepentingan Masyarakat	94
Tabel 4. 14. Rencana Target <i>Grade</i> Produksi Teh Tahun 2021	102
Tabel 4. 15. Rencana Pelatihan Karyawan Tahun 2021	106
Tabel 4. 16. Tabel Sasaran Strategik, Ukuran Pemacu Kinerja, dan Target PT TAMBI	111
Tabel 4. 17. Perumusan Program Perspektif Keuangan	115
Tabel 4. 18. Perumusan Program Perspektif Pelanggan	116
Tabel 4. 19. Perumusan Program Perspektif Proses Bisnis	116
Tabel 4. 20. Perumusan Program Pertumbuhan dan Pembelajaran	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Perkembangan Volume Ekspor dan Impor Teh 2014-2018	6
Gambar 2. 1. Kerangka Kerja BSC	21
Gambar 2. 2. Model Rantai Nilai Generik Proses Layanan.....	28
Gambar 2. 3. Peta Strategi <i>Balanced Scorecard</i>	35
Gambar 2. 4. Proses Formulasi SBSC	38
Gambar 2. 5. Contoh SBSC Sebagai Peta Strategi Perusahaan	45
Gambar 3. 1. Struktur Organisasi PT TAMBI	60
Gambar 4. 1. Matriks SWOT PT TAMBI	64
Gambar 5. 1. Peta Strategi SBSC PT TAMBI	121