

DAFTAR ISI

| | |
|-------------------------|------|
| Lembar Judul | i |
| Lembar Pengesahan | ii |
| Lembar Pernyataan | iii |
| Kata Pengantar | iv |
| Daftar Isi | vi |
| Daftar Tabel | ix |
| Daftar Gambar | x |
| Daftar Lampiran | xi |
| Intisari | xii |
| Abstract | xiii |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|---------------------------------|----|
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 7 |
| 1.3 Pertanyaan Penelitian | 9 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 9 |
| 1.5 Batasan Penelitian | 10 |
| 1.6 Manfaat Penelitian | 10 |

BAB II LANDASAN TEORI

| | |
|--|----|
| 2.1 Membangun Strategi Perusahaan | 9 |
| 2.2 Mempertahankan Keunggulan Kompetitif Perusahaan..... | 13 |
| 2.3 Peta Strategi Sebagai Alat Penentu Strategi Perusahaan | 15 |
| 2.4 Balanced Scorecard | 16 |

| | |
|--|----|
| 2.5 Pengukuran Kinerja Dengan Balanced Scorecard | 18 |
|--|----|

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|--------------------------------------|----|
| 3.1 Desain Penelitian | 30 |
| 3.2 Rerangka Analisis | 31 |
| 3.3 Data, Jenis, Dan Sumbernya | 35 |
| 3.4 Metode Pengumpulan Data | 36 |
| 3.5 Prosedur Analisis Data | 39 |

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

| | |
|--|----|
| 4.1 Visi, Misi, Nilai-nilai, dan Strategi Jangka Panjang PMT | 41 |
| 4.2 Pemetaan Strategi Pada Empat Perspektif Balanced Scorecard | 42 |
| 4.2.1 Perancangan dan Realisasi Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan | 46 |
| 4.2.1.1 Analisis SWOT PMT Untuk Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan | 52 |
| 4.2.2 Perancangan dan Realisasi Pada Perspektif Proses Internal | 52 |
| 4.2.2.1 Analisis SWOT PMT Untuk Pada Perspektif Proses Internal | 65 |
| 4.2.2.2 Statistik Kinerja Transformasi PMT Perhitungan Dengan KPI Internal | 65 |
| 4.2.3 Perancangan dan Realisasi Perspektif Pelanggan | 67 |
| 4.2.3.1 Analisis SWOT PMT Untuk Perspektif Pelanggan | 75 |
| 4.2.3.2 Penilaian Pelanggan Pada PMT | 75 |
| 4.2.4 Perancangan dan Realisasi Perspektif Keuangan | 76 |
| 4.2.4.1 Pertimbangan Strukturisasi Biaya Dari Sisi Operator Dan Pelanggan | 79 |
| 4.2.4.2 Efisiensi Yang Perlu Dilakukan Oleh PMT | 82 |
| 4.2.4.3 Pertimbangan Pengembangan Bisnis | 83 |
| 4.2.4.4 Analisis SWOT PMT Untuk Perspektif Keuangan | 86 |



| | |
|---|----|
| 4.3 Prioritas-Prioritas Perbaikan Berdasarkan <i>Balanced Scorecard</i> | 87 |
|---|----|

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

| | |
|--------------------|----|
| 5.1 Simpulan | 91 |
|--------------------|----|

| | |
|-----------------|----|
| 5.2 Saran | 95 |
|-----------------|----|

| | |
|----------------------|----|
| DAFTAR PUSTAKA | 98 |
|----------------------|----|

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Trend Perkembangan Bisnis PMT | 5 |
| Tabel 4.1 Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran | 49 |
| Tabel 4.2 Perspektif Proses Internal - Transformasi Dept Operasional | 56 |
| Tabel 4.3 Perspektif Proses Internal - Transformasi Dept HRD | 59 |
| Tabel 4.4 Perspektif Proses Internal - Transformasi Dept Program | 62 |
| Tabel 4.5 Perspektif Proses Internal - Transformasi Dept BDG | 64 |
| Tabel 4.6. Perspektif Pelanggan Dari Dept Operasional | 70 |
| Tabel 4.7. Perspektif Pelanggan Dari CEG | 73 |
| Tabel 4.8 Penilaian Pelanggan Dalam SPE Kuartal | 76 |
| Tabel 4.9. Perspektif Keuangan | 77 |
| Tabel 4.10. Target Pelaksanaan Efisiensi Perusahaan | 83 |
| Tabel 4.11 Penentuan Prioritas Perbaikan Berdasarkan Balance Scorecard | 89 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Trend Perkembangan Bisnis PT. PMT | 4 |
| Gambar 2.1 Balanced Scorecard Sebagai Kerangka Kerja | 17 |
| Gambar 2.2 Ukuran Utama Perspektif Pelanggan | 26 |
| Gambar 3.1 Rerangka Analisis | 34 |
| Gambar 4.1 Visi, Misi dan Peta Strategi PMT Dengan Balanced Scorecard | 44 |
| Gambar 4.2 Struktur Organisasi PMT | 47 |
| Gambar 4.3 Analisis SWOT Untuk Perspektif Pembelajaran Dan Pertumbuhan | 52 |
| Gambar 4.4 Gambaran Transformasi PMT | 53 |
| Gambar 4.5 Kinerja Transformasi PMT Dengan Ukuran Yang Telah Ditetapkan | 54 |
| Gambar 4.6 Peningkatan Kapabilitas PMT | 55 |
| Gambar 4.7 Analisis SWOT Untuk Perspektif Proses Internal | 65 |
| Gambar 4.8 Statistik Kinerja Transformasi PMT Berdasarkan Perhitungan KPI | 66 |
| Gambar 4.9 Penghargaan Yang Diterima PMT Dari Huawei | 68 |
| Gambar 4.10 Peningkatkan Kuantitas Bisnis PMT | 69 |
| Gambar 4.11 Market Share Competittion Untuk Proyek Managed Service | 69 |
| Gambar 4.12 Analisis SWOT Untuk Perspektif Pelanggan | 75 |
| Gambar 4.13. Summary Struktur Pembiayaan Perusahaan | 82 |
| Gambar 4.14 Target Business Development | 85 |
| Gambar 4.15 Analisis SWOT Untuk Perspektif Keuangan | 87 |
| Gambar 4.15 Tema Utama Sasaran Perbaikan | 89 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1: Revenue Contributor | 99 |
| Lampiran 2: End To End Commercial Process | 101 |
| Lampiran 3: Proses Penagihan Pada Pelanggan | 102 |
| Lampiran 4: Term Of Payment Process Di PMT | 103 |
| Lampiran 5: Konsep Sistem Teknologi Informasi Semua Departemen | 104 |
| Lampiran 6: E-Settlement | 105 |
| Lampiran 7: Additional Work Tracker | 106 |
| Lampiran 8: Synergy Roll Out Tracker | 107 |
| Lampiran 9: Proses Pemberian Insentif | 108 |
| Lampiran 10: Implementasi Efisiensi | 109 |



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

**EVALUASI STRATEGI BERSAING PT PUTRA MULIA TELECOMMUNICATION DENGAN PENDEKATAN
BALANCED SCORECARD**

Mochammad Arief S, Hargo Utomo, Dr., M.B.A.,

Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>