

ABSTRACT

DESIGNING STRATEGIC MAP AT PT CIRCLEKA INDONESIA UTAMA PERIOD 2015 – 2020 BALANCED SCORECARD APPROUCH

Designing strategic map with balanced scorecard approach as a model of designing strategic map and with caused and effect relations four perspectives BSC. BSC perspective consists of financial, customer, internal business process, and learn and growth. PT Circleka Indonesia Utama had problem with decreasing market share in the period of 2009 – 2014, customer satisfaction index was lower than it is competitor 7-Eleven, and Circle K doesn't have strategic plan yet for the period of 2015 – 2020. Balanced Scorecard guarantees strategic implementation to be aligned with company's strategic plan in doing so, measurement and evaluation need to be implemented. Balanced Scorecard will describe company's strategic objective for the next 5 year until year 2020, offering customer value proposition to increase customer satisfaction, and strategic store development to follow market growth of modern market. Eventually, by implementing Balanced Scorecard, it will create a strong foundation to ensure the company achievement, growth and productivity to maintain company's value dan business sustainability

Keywords : Measurement and evaluation, designing strategic map, perspective Balanced Scorecard

ABSTRAK

RANCANGAN PETA STRATEGI PADA PT CIRCLEKA INDONESIA UTAMA PERIODE 2015 – 2020 DENGAN BALANCED SCORECARD

Rancangan peta strategi dengan pendekatan *Balanced Scorecard* sebagai model rancangan strategi yang memiliki hubungan sebab akibat yang terjadi pada keempat perspektif *Balanced Scorecard*. Keempat perspektif *Balanced scorecard* terdiri dari perspektif keuangan, perspektif pelanggan, perspektif internal bisnis proses dan perspektif pembelajaran dan pertumbuhan. Perusahaan PT Circleka Indonesia Utama memiliki permasalahan penurunan *market share* periode 2009 – 2014, kepuasan pelanggan lebih rendah dibandingkan dengan 7-Eleven, dan perusahaan belum memiliki rencana bisnis jangka panjang periode 2015 - 2020. *Balanced Scorecard* untuk menjamin agar implementasi strategi tetap berjalan selaras dengan rencana strategi perusahaan yang telah ditetapkan. Maka perlu dilakukan upaya pengukuran dan evaluasi sehingga implementasi strategi berjalan pada garis rencana strategis. *Balanced Scorecard* akan mampu menggambarkan sasaran strategi perusahaan 5 (lima) tahun ke depan sampai tahun 2020, Menawarkan customer value proposition untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, dan perencanaan pengembangan jumlah toko mengikuti pertumbuhan pasar toko modern. Sehingga diharapkan dengan penerapan *Balanced Scorecard* bertujuan untuk memastikan dan mendorong pemikiran serta tindakan strategis untuk membangun sebuah landasan dalam mencapai pertumbuhan dan produktivitas untuk tetap menjaga posisi perusahaan memiliki daya saing dan berkesinambungan.

Kata kunci : Pengukuran dan evaluasi, rancangan peta strategi, dan perspektif *Balanced Scorecard*