

Pengukuran kinerja dengan perspektif keuangan dan pelanggan pada CV. Kombos Manado 1

Manajemen Bisnis dan Keuangan Korporat

Nathasya Claritha Edith Sahabati

Corresponding author: nthsysahabati@gmail.com

Sam Ratulangi University - Indonesia

Stanly W. Alexander

Sam Ratulangi University - Indonesia

Robert Lambey

Sam Ratulangi University - Indonesia

DOI

10.58784/mbkk.197

Keywords

balanced scorecard

performance measurement

financial perspective

customer perspective

JEL Classification

L21

L25

Received 2 September 2024

Revised 15 September 2024

Accepted 17 September 2024

Published 17 September 2024

ABSTRACT

Performance measurement is not only viewed from a financial perspective, but can also be viewed from a non-financial perspective, such as the customer perspective. The financial and customer perspectives are related because a company cannot make a profit unless customers use its products or services. Performance is measured from a financial perspective to see whether the business strategy and its implementation have a significant impact on increasing the company's profits, while from a customer perspective it looks at how the company sells its goods or services to achieve better profits. The purpose of this research is to find out how the performance of CV Kombos Manado 1 is based on financial and customer perspectives. The research results show that the performance measurement from financial and customer perspective can be said to be good in terms of the company's ability to meet short-term obligations and to retain old customers and gain new customers.

©2024 Nathasya Claritha Edith Sahabati, Stanly W. Alexander, Robert Lambey



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Pendahuluan

Perkembangan perusahaan harus didukung dengan ketersediaan informasi terkait kondisi perusahaan. Salah satu informasi tersebut adalah kinerja perusahaan (Fikar & Retnowati, 2020). *Balanced Scorecard* (BSC) merupakan salah satu pendekatan strategi manajemen yang mengimplementasikan tujuan dan

pengukuran kinerja keuangan dan non-keuangan. BSC menetapkan *key performance* untuk pengukuran dan membagi 4 persepektif yaitu: keuangan, pelanggan, proses bisnis internal serta pembelajaran dan pertumbuhan (Zuniawan et al., 2020).

Perspektif keuangan dan pelanggan memiliki keterikatan yang erat. Kinerja keuangan perusahaan seringkali dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan itu sendiri. Jika pelanggan merasa puas dengan produk dan jasa yang diberikan perusahaan, maka pelanggan cenderung akan membeli atau menggunakan produk dan jasa tersebut lebih banyak, merekomendasikan kepada orang lain, dan menjadi pelanggan tetap dan selanjutnya dapat meningkatkan pendapatan dan profitabilitas perusahaan. Tanpa adanya pelanggan, maka perusahaan tidak dapat memperoleh laba. Implementasi pengukuran kinerja dapat memberikan informasi standar efektifitas operasional perusahaan serta patokan bagi perusahaan dalam penentuan kriteria-kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya (Fahrudin dan Subadriyah, 2020).

CV. Kombos Manado I merupakan anak perusahaan dari PT. Hasjrat Abadi, yang bergerak dalam usaha penjualan jasa, berupa pemeriksaan kendaraan sebelum dibeli pelanggan, perawatan dan perbaikan kendaraan. Jasa yang diberikan berupa pemeriksaan berkala dan perbaikan badan (*body*) kendaraan. Pengukuran perspektif keuangan dan pelanggan memiliki keterkaitan yang erat dalam perusahaan ini karena jumlah pelanggan dijadikan salah satu *key performance* dalam penghitungan pencapaian target dan pemberian insentif pegawai dalam hal ini teknisi yang melakukan perbaikan kendaraan. *Key performance* yang lain yang diterapkan perusahaan ini adalah kepuasan pelanggan, cara perusahaan atau pegawai dan teknisi melayani pelanggan. *Key Performace* keuangan yang menjadi salah satu ukuran CV Kombos yaitu laba usaha yang berkaitan dengan jumlah pelanggan, jenis perbaikan, frekuensi kedatangan pelanggan.

Seiring bertambahnya jumlah pengguna kendaraan bermotor, membuat permintaan terhadap jasa perbaikan kendaraan bermotor juga meningkat. Saat ini sudah banyak perusahaan yang menawarkan jasa perbaikan kendaraan bermotor sehingga persaingan di bidang jasa ini semakin ketat. Hal ini membuat setiap perusahaan harus meningkatkan kinerja mereka agar dapat bertahan di tengah persaingan serta dapat memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Oleh karena itu, melalui penelitian ini melihat pengukuran kinerja perusahaan khususnya CV. Kombos Manado I, dengan harapan informasi yang diperoleh dari penelitian dapat dijadikan sebagai acuan dalam peningkatan kinerja perusahaan ke depannya.

**Tinjauan
pustaka**

Akuntansi

Akuntansi merupakan suatu seni mencatat hingga melaporkan laporan keuangan perusahaan dengan baik dalam unit moneter dan menafsir hasil pencatatan tersebut (Hantono & Rahmi, 2018). Ingga (2017) mengemukakan akuntansi memiliki fungsi untuk menyusun dan menginformasikan laporan keuangan kepada para pengguna informasi tersebut untuk keperluan pengambilan keputusan, perencanaan serta pengendalian. Akuntansi juga dapat didefinisikan sebagai teknik untuk mengukur serta mengolah transaksi yang nantinya diberikan dalam bentuk informasi laporan keuangan yang akan membantu untuk proses pengambilan keputusan (Darius et al., 2021).

Pengukuran kinerja dengan perspektif keuangan dan perspektif pelanggan

Menurut Afandi (2018), kinerja adalah hasil kerja yang dicapai oleh perorangan maupun kelompok dalam suatu perusahaan sesuai dengan tanggung jawab masing-masing. Kinerja dalam menjalankan fungsinya tidak berdiri sendiri, tapi berhubungan dengan kepuasan kerja dan tingkat imbalan, dipengaruhi oleh keterampilan, kemampuan dan sifat-sifat individu, yang didasarkan oleh kemampuan, keinginan dan lingkungan (Pandaleke et al., 2021). Menurut Galib & Hidayat (2018), kinerja atau *performance* merujuk pada pelaksanaan program kegiatan yang dilakukan melalui perencanaan strategis dalam suatu organisasi yang diatur dalam kebijakan, visi, dan misi organisasi untuk mencapai sasaran dan tujuan dari kegiatan yang dilaksanakan. Astawa et al., (2020), mengemukakan kinerja adalah representasi dari sejauh mana pelaksanaan kegiatan, program, atau kebijakan berhasil dalam mencapai sasaran, tujuan, misi, dan visi organisasi.

Pengukuran kinerja merupakan aspek krusial bagi setiap organisasi untuk menjaga kestabilan dan keberhasilan di tengah lingkungan kompetitif saat ini (Susanti, 2021). Hal ini penting dilakukan untuk menilai apakah rencana telah terlaksana, apakah kinerja dapat dipenuhi sesuai jadwal, atau apakah kinerja telah mencapai tujuan yang diharapkan. Salah satu faktor penting bagi bisnis adalah pengukuran kinerja (Lestari et al., 2023). Menurut Sujarweni (2019), pengukuran kinerja merupakan sebuah instrumen manajerial yang digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana efektivitas manajemen perusahaan dalam mencapai tujuan-tujuannya.

Perspektif keuangan berfokus pada peran strategis suatu perusahaan yang sangat penting. Sebuah perusahaan dapat dikategorikan baik jika memiliki kondisi keuangan yang baik (Sadikin et al., 2020). Pengukuran kinerja keuangan mengindikasikan apakah perencanaan, implementasi, dan

pelaksanaan strategi telah membawa perubahan signifikan dalam peningkatan profitabilitas perusahaan (Aramana, 2020). Perspektif keuangan tidak melibatkan inisiatif strategis, tetapi menggunakan indikator seperti laba bersih dan Return on Investment (ROI) karena pada umumnya digunakan dalam perusahaan untuk menilai keuntungan. Mukhzarudfa dan Putra (2019) mengemukakan, perusahaan harus menciptakan serta menyajikan suatu produk atau jasa yang memiliki nilai lebih tinggi kepada pelanggan, agar kinerja keuangan yang memuaskan dapat tercapai.

Menurut Ismainar et al. (2024) perspektif pelanggan merupakan suatu sudut pandang yang menitikberatkan pada kepuasan pelanggan dengan cara mengidentifikasi kondisi pelanggan dan segmen pasar yang telah ditetapkan oleh perusahaan sebagai strategi untuk bersaing dengan kompetitor. Perusahaan mengenali dan menetapkan identitas serta segmen pasar dari pelanggan mereka. Pendekatan ini menggunakan beberapa indikator utama keberhasilan dalam merumuskan dan menetapkan strategi yang efektif. Segmen pasar dianggap sebagai sumber pendapatan yang mendukung tujuan keuangan perusahaan. Perspektif pelanggan memungkinkan perusahaan untuk menyelaraskan berbagai metrik yang berkaitan dengan pelanggan. Perspektif ini sangat penting karena membantu perusahaan dalam memahami dan memenuhi kebutuhan serta ekspektasi mereka, yang pada gilirannya akan meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan (Utari dan Hasyir, 2024).

**Metode
riset**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang tidak menggunakan alat statistik, melainkan fokus pada pemahaman mendalam tentang fenomena dan substansi yang terkait dengan fenomena tersebut (Sundari et al., 2024). Sumber data pada penelitian ini adalah data primer dan sekunder, dimana data primer diambil langsung di lapangan melalui wawancara dan observasi dan data sekunder yang diperoleh melalui studi kepustakaan. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif dengan mengolah serta menganalisis data yang kemudian disajikan dalam bentuk kajian deskriptif.

**Hasil dan
pembahasan**

Hasil

1. Pengukuran kinerja perspektif keuangan

Perspektif keuangan mengukur kinerja keuangan perusahaan, menunjukkan kontribusi strategi perusahaan terhadap peningkatan laba.

Tabel 1. Hasil pengukuran prespektif keuangan

| No | Indikator | Tahun | | | | Rata -Rata |
|----|------------------------|--------|--------|--------|--------|------------|
| | | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | |
| 1. | ROI | 15,69% | 16,89% | 4,82% | 8,21% | 11,40% |
| 2. | <i>Profit Margin</i> | 14,94% | 66,19% | 46,52% | 80,23% | 51,97% |
| 3. | <i>Operating Ratio</i> | 193,5% | 91,78% | 74,8% | 68,97% | 108,7% |
| 4. | <i>Current Ratio</i> | 1.167% | 2.244% | 2.641% | 1.195% | 1811,7% |

Sumber: Data olahan, 2024

ROI merupakan rasio perbandingan antara laba bersih setelah pajak dan total aktiva. Rata-rata total ROI pada tahun 2019 sampai pada tahun 2022 sebesar 11,40%, hal ini menunjukkan pemakaian total sumber daya perusahaan pada tahun 2019 sampai tahun 2020 dapat dikatakan efektif karena nilai ROI mengalami peningkatan. Namun pada tahun 2021 hingga 2022 mengalami penurunan, dimana berdasarkan wawancara dengan kepala bagian keuangan CV. Kombos Manado I, menyatakan hal ini disebabkan karena dampak Covid-19. Masa pandemi tersebut mempengaruhi rendahnya laba perusahaan yang didapat, karena kurangnya pendapatan namun beban perusahaan tetap. Penurunan ROI juga disebabkan oleh meningkatnya total aktiva yang tidak seimbang dengan laba yang diperoleh oleh CV. Kombos Manado.

Profit margin pada tahun 2019 sampai pada tahun 2022 memiliki rata-rata sebesar 51,97% dengan nilai presntasi di tahun 2019 sbesar 14,94%, tahun 2020 sebesar 66,19% , tahun 2021 mengalami penurunan dengan besaran 46,52%, dan kembali naik di tahun 2022 sebesar 80,23%. Pada *current ratio* mengalami tren positif yaitu mengalami angka kenaikan sebesar 1.077% pada tahun 2020 dan kenaikan sebesar 397% pada tahun 2020. Selanjutnya di tahun 2021 sebesar 2641% dan tahun 2022 sebesar 1.195%.

2. Pengukuran kinerja perspektif keuangan

Pada pengukuran kinerja perspektif pelanggan ini terdapat beberapa ukuran yang digunakan yaitu tingkat retensi pelanggan, tingkat profitabilitas pelanggan.

Tabel 2. Hasil pengukuran perspektif pelanggan

| No | Indikator | Tahun | | | | Rata - Rata |
|----|--------------------------|--------|-------|--------|--------|-------------|
| | | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | |
| 1. | Retensi pelanggan | 93,9% | 123% | 102% | 84,62% | 75,68% |
| 2. | Profitabilitas Pelanggan | 14,98% | 44,5% | 59,04% | 53,04% | 42,89% |

Tabel 2 menunjukkan retensi pelanggan pada tahun 2019 ke tahun 2020 mengalami kenaikan sebesar 29,1% dan tahun 2021 mengalami sedikit penurunan sebesar 21%. Berbanding terbalik dengan profabilitas pelanggan yang mengalami kenaikan selang tahun 2019 hingga tahun 2021.

Pembahasan

Berdasarkan pengukuran, analisis terhadap hasil penilaian kinerja dengan menggunakan pendekatan *Balanced Scorecard* yang telah dilakukan, maka tingkat kinerja CV. Kombos Manado I secara keseluruhan dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 3. Hasil pengukuran kinerja perspektif keuangan dan pelanggan

| No | Indikator | Rata - Rata |
|----|-----------------------------|-------------|
| 1. | Prespektif Keuangan | |
| | a) ROI | 11,40% |
| | b) <i>Profit Margin</i> | 51,97% |
| | c) <i>Operating Ratio</i> | 108,7% |
| | d) <i>Current Ratio</i> | 1811,7% |
| 2. | Prespektif Pelanggan | |
| | a) Retensi Pelanggan | 75,68% |
| | b) Profitabilitas Pelanggan | 42,89% |

Sumber: Data olahan, 2024

1. *Perspektif keuangan*

Perspektif keuangan memberikan petunjuk apakah strategi CV. Kombos Manado I dan implementasinya memberikan kontribusi atau tidak kepada peningkatan laba perusahaan tersebut. Kinerja keuangan dalam perspektif keuangan dan pelanggan pada CV. Kombos Manado I menganalisis kinerja keuangan yang akan diuraikan dalam penelitian ini adalah ROI, *profit margin*, *current ratio* dan *operating ratio* untuk tahun 2019 sampai tahun 2022 sebagai berikut:

a. ROI

Rata-rata rasio ROI perusahaan untuk tahun 2019-2022 adalah sebesar 11,40%. Jika dibandingkan dengan rata-rata industri menurut Kasmir (2018) sebesar 30%. Maka rasio yang dihasilkan masih berada dibawah rata-rata industri sehingga ROI dinilai kurang baik.

b. *Profit margin*

Rata-rata rasio profit margin untuk tahun 2019-2022 adalah sebesar 51,97%. Jika dibandingkan dengan rata-rata industry menurut Kasmir (2018) sebesar 23%. Rasio yang dihasilkan ini dikategorikan baik karena nilai rata-rata *profit margin* melebihi

dari nilai standar 23%. *Profit margin* yang baik menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan keuntungan bersih yang signifikan dari pendapatannya.

c. *Operating ratio*

Rata-rata *ratio operating ratio* untuk tahun 2019-2022 adalah 108,7%. Rasio ini dinilai sangat baik karena penjualan bersih perusahaan mampu menutupi seluruh beban usaha yang dimiliki perusahaan.

d. *Current ratio*

Rata-rata *current ratio* untuk tahun 2019-2022 adalah 1811,7%. Rasio ini dinilai sangat baik dengan nilai 1811,7%, dimana menurut Kasmir (2018) rata-rata industri untuk *current ratio* adalah 200%.

Perspektif keuangan digunakan dengan maksud untuk menunjukkan apakah perusahaan mengalami peningkatan keuntungan atau tidak, sesuai dengan strategi pelaksanaan dan perencanaannya. Tolak ukur kinerja keuangan menggunakan tolak ukur seperti laba bersih, ROI, karena tolak ukur tersebut secara umum digunakan dalam perusahaan untuk mengetahui laba. Kaplan dan Nolton (2000) menjelaskan perspektif keuangan berfokus pada bagaimana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan bagaimana agar laporan keuangan perusahaan dianggap baik oleh pemegang saham.

Pada hasil penelitian terlihat bahwa terdapat laba perusahaan yang rendah. Adanya pandemi Covid-19 adalah salah satu yang memengaruhi perolehan laba yang rendah. Covid 19 membuat penurunan laba pada CV. Kombos tahun 2021. Hal ini sejalan dengan penelitian Siagian (2021) dimana Perspektif internal bisnis didapati penurunan pencapaian karena sulitnya perusahaan membuat produk baru dimasa pandemi Covid-19 dan lebih berfokus kepada penyediaan alat kesehatan dan juga produksi vaksin. Selain itu dalam penelitian Kamaratih dan Maqsudi (2024) pada perspektif keuangan didapati penurunan pencapaian pada masa pandemi namun perusahaan masih bisa bertahan.

2. *Perspektif pelanggan*

Penilaian kinerja CV. Kombos Manado Untuk perspektif pelanggan diukur melalui empat indikator yaitu tingkat profitabilitas pelanggan dan retensi. Hasil pengukuran sebagai berikut

a. Retensi pelanggan

Untuk tingkat retensi pelanggan dengan nilai rata-rata 75,68% pada tahun 2019-2022 dan dikategorikan baik. Hal ini karena perusahaan mampu mempertahankan pelanggan lama yang telah dimiliki perusahaan dan terus berupaya menambah pelanggan

baru setiap tahunnya.

b. Profitabilitas pelanggan

Untuk tingkat profitabilitas pelanggan dijumpai nilai 42,89%. Nilai ini cukup baik dalam sebuah perusahaan. dimana menunjukkan adanya keuntungan yang dihasilkan dari melayani pelanggan.

Suatu produk atau jasa dikatakan mempunyai nilai bagi pelanggannya jika manfaat yang diterimanya relatif lebih tinggi daripada pengorbanan yang dikeluarkan oleh pelanggan tersebut untuk mendapatkan produk atau jasa tersebut (Lufriansyah, 2020). Profitabilitas pelanggan mengacu pada seberapa menguntungkannya sebuah pelanggan bagi perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Perspektif pelanggan menilai kemampuan perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui pelayanan dan hasil produksi (Sagala & Siagian, 2021).

Terlihat retensi pelanggan dikategorikan baik, hal ini karena perusahaan yang mampu mempertahankan pelanggan mereka dan menambah pelanggan baru. Seperti yang diungkapkan oleh Kepala Bengkel, bahwa perusahaan terus melakukan strategi dalam mempertahankan pelanggan. Berikut kutipan wawancara:

“Dalam mempertahankan pelanggan lama, sama seperti yang sudah disebutkan tadi kami melakukan follow up untuk service berkala setiap 6 bulan serta saat 3 hari sebelum jatuh tempo juga kami akan mengingatkan kembali kepada customer. Jika customer mungkin tidak ada waktu untuk datang ke bengkel, kami menawarkan jasa Toyota Home Service, jadi kami akan mendatangi rumah atau kantor customer dan melakukan pekerjaan disana. Untuk menarik pelanggan baru, biasanya kami meminta data penjualan kendaraan dari pusat untuk melakukan follow up service berkala untuk 10.000 km, jadi saat kendaraan tersebut sudah masuk di bengkel untuk service pertama, maka data kendaraan tersebut sudah masuk dalam daftar reminder pada service berkala berikutnya”

Bertambahnya pelanggan baru serta tetap mempertahankan pelanggan lama, terlihat bahwa strategi yang digunakan perusahaan bagi pelanggan mereka tercapai. Hal ini sejalan dengan penelitian Sagala dan Siagian (2021) dimana persentase setiap tahun yang meningkat karena produk/ pelayanan yang diberikan perusahaan dapat dirasakan manfaatnya oleh konsumen

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Prespektif keuangan

Hasil pengukuran untuk perspektif keuangan, yaitu *current ratio*, *profit margin*, *operating ratio*, diperoleh hasil bahwa kinerja perusahaan bisa dikatakan baik karena:

- a. Ditandai dengan efisiensi keuangan yang dinilai dari *operating ratio* yang mencapai 108,7%.
 - b. Kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dalam perhitungan *current ratio* yang masuk kategori sangat baik. Meskipun ada beberapa kekurangan yang perlu diperbaiki.
2. Perspektif pelanggan
Hasil pengukuran kinerja perspektif pelanggan terhadap retensi pelanggan menunjukkan tingkat kinerja yang baik dengan nilai 75,68%. Retensi pelanggan merupakan kemampuan perusahaan untuk mengubah pelanggan pertama kali menjadi pembeli tetap dan mencegah mereka beralih ke pesaing.

**Daftar
pustaka**

- Afandi, P. (2018). *Manajemen sumber daya manusia: Teori, konsep dan indikator*. Zanafa Publishing
- Aramana, D. (2020). Penerapan kinerja dengan pendekatan *balanced scorecard* pada PT Pos Indonesia Cabang Kutacane. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(2), 91-96.
<https://doi.org/10.29103/jak.v8i2.2616>
- Astawa, I. G. P. B., Julianto, I. P., & Dewi, L. G. K. (2020). Penilaian kinerja koperasi unit desa (KUD) Penebel Tabanan dengan pendekatan *Balanced Scorecard*. *Monex: Journal of Accounting Research*, 9(1), 18-29.
<https://doi.org/10.30591/monex.v9i1.1433>
- Darius, A. J., Saerang, D. P., & Pangerapan, S. (2021). Penerapan *balanced scorecard* sebagai alat pengukuran kinerja manajerial pada PT Taspen (Persero) Cabang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3), 832-842.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/35056>.
- Fahrudin, R. A., & Subadriyah. (2020). Pengaruh *good corporate governance*, ukuran perusahaan, dan struktur modal terhadap kinerja perusahaan. *Jurnal Rekognisi Akuntansi*, 4(1), 18-32.
<https://journal.unisnu.ac.id/jra/article/view/138>.
- Fikar, A., & Retnowati, D. (2020). Penerapan *balance scorecard* untuk pengukuran kinerja perusahaan (Studi kasus: CV. MPE). *Jurnal Heuristic*, 17(2), 75-86.
<https://doi.org/10.30996/heuristic.v17i2.4801>.
- Galib, M., & Hidayat, M. (2018). Analisis kinerja perusahaan dengan menggunakan pendekatan *balanced scorecard* pada PT. Bosowa Propertindo. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 2(1), 92-112.
<https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/345>.

- Hantono., & Rahmi, U. N. (2018). Pengantar akuntansi. Deepublish
- Ingga, I. (2017). Akuntansi manajemen: implementasi dalam kasus Indonesia. Deepublish
- Ismainar, H., Fitriawati, R., Sinaga, D. S., Hardianti, T., Marganingsih, A., Sulaiman, S., Sukendri, N., Awaludin, D. T., Ardiansyah, T., Fuadi, R., Yanti, N. N. S. A., Fitriani., Kusumawardhani, O. B., Mustafa, M. Y., & Ayuni, M. S. (2024). Manajemen kinerja: Berbasis balanced scorecard. Widina Media Utama
- Kamaratih, N. L. A. A., & Maqsudi, A. (2024). Penerapan metode balanced scorecard untuk menilai kinerja perusahaan pada PT Teknindo Geosistem Unggul. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(1), 35-43.
<https://doi.org/10.55606/jimak.v3i1.2735>
- Kasmir. (2018). Analisis laporan keuangan. PT Raja Grafindo Persada
- Lestari, D., Sutardi, Hamzah, R., & Lestyningrum, A. P. (2023). Analisis pengukuran kinerja perusahaan dengan menggunakan Balanced Scorecard pada PT. Telkom Indonesia (PERSERO) Tbk. *Jurnal Akuntansi Almatama*, 2(1), 1-19.
<https://jurnal.stiebi.ac.id/index.php/jaa/article/view/422>.
- Lufriansyah, L. (2020). Balance scorecard dalam mengukur kinerja perusahaan PT Pertamina (PERSERO). *Jurnal Humaniora: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi dan Hukum*, 4(1), 98-105.
<http://jurnal.abulyatama.ac.id/index.php/humaniora/article/view/514>
- Mukhzarudfa, H., & Putra, E. P. (2019). Akuntansi manajemen. Salim Media Indonesia
- Pandaleke, R. B., Tinangon, J. J., & Wangkar, A. (2021). Penerapan balanced scorecard sebagai alternatif pengukuran kinerja pada PT Bank Sultgo Cabang Ratahan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3), 1235-1244
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/35217>
- Sagala, S. A., & Siagian, V. (2021). Penilaian kinerja menggunakan metode Balanced Scorecard pada perusahaan sektor farmasi sebelum dan semasa Covid (2019-2020) yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Perspektif*, 19(2), 145-149.
<https://doi.org/10.31294/jp.v19i2.11269>
- Sujarweni, V. W. (2019). Akuntansi manajemen: Teori dan aplikasi. Pustaka Baru Press.
- Sundari, U. W., Panudju, A. A. T., Nugraha, A. W., Purba, F., Erlina, Y., Nurbaiti, N., Kalalinggi, S. Y., Afifah. A., Suheria., Elsandika, G., Setiawan, R. Y., Alfiyani, L., Pereiz, Z. (2024). Metodologi penelitian. CV Gita Lentera

- Susanti, R. M. (2021). Pengukuran kinerja organisasi. *Ekasakti Educational Journal*, 1(2), 313-319. <https://ejurnal-unespadang.ac.id/index.php/EEJ/article/view/473>
- Utari, N. A., & Hasyir, D. A. (2024). Perancangan pengukuran kinerja dengan menggunakan metode balanced scorecard pada PT Jasa Marga (Persero) Tbk. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 7(9), 121-130. <https://ejournal.warunayama.org/index.php/musytarineraca/article/view/5235>.
- Zuniawan, A., Julyanto, O., Suryono, Y. B., & Ikatrinasari, Z. F. (2020). Implementasi metode Balanced Scorecard untuk mengukur kinerja di perusahaan engineering (Study Case PT. MSE). *Journal Industrial Servicess: Industrial Engineering Advance Research & Application*, 5(2), 251-256. <https://dx.doi.org/10.36055/jiss.v5i2.8008>