

Hana Nuraisyah | Lusi Apriliana
Ai Fitriyani | Gustian Djuanda



PENILAIAN KINERJA BALANCE SCORECARD RM NASI PADANG



Editor :
Assoc Prof Dr. Gustian Djuanda, S.E., MM

PENILAIAN KINERJA BALANCE SCORECARD RUMAH MAKAN NASI PADANG

Hana Nuraisyah
Lusi Apriliana
Ai Fitriyani
Gustian Djuanda



Tahta Media Group

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

PENILAIAN KINERJA BALANCE SCORECARD RUMAH MAKAN NASI PADANG

Penulis:
Hana Nuraisyah
Lusi Apriliana
Ai Fitriyani
Gustian Djuanda

Desain Cover:
Tahta Media

Editor:
Assoc. Prof. Dr. Gustian Djuanda

Proofreader:
Tahta Media

Ukuran:
vi, 88, Uk: 15,5 x 23 cm

QRCBN: 62-415-5340-888

Cetakan Pertama:
Juli 2024

Hak Cipta 2024, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Copyright © 2024 by Tahta Media Group
All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT TAHTA MEDIA GROUP
(Grup Penerbitan CV TAHTA MEDIA GROUP)
Anggota IKAPI (216/JTE/2021)

PRAKATA

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin berkembang, UMKM menjadi salah satu pondasi utama dalam membangun perekonomian suatu negara. UMKM Rumah Makan Nasi Padang merupakan salah satu jenis usaha kuliner yang banyak ditemui di Indonesia, usaha ini telah menjadi bagian dari budaya kuliner masyarakat Indonesia dan memiliki peran yang cukup signifikan dalam perekonomian lokal. Oleh karena itu, e-book ini hadir untuk menjelaskan dan mengulas tentang kinerja balance score card dalam usaha Rumah Makan Nasi Padang.

Dalam perjalanan perkembangan UMKM, khususnya pada sektor kuliner Rumah Makan Nasi Padang penekanan pada pengelolaan kinerja menjadi semakin krusial. Untuk mencapai keberhasilan dan keberlanjutan, diperlukan suatu pendekatan yang terstruktur. Salah satu kerangka kerja yang muncul sebagai solusi efektif adalah Balance Scorecard (BSC). BSC merupakan sebuah alat pengukuran kinerja yang menyajikan data dari empat perspektif yang berbeda, yaitu keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, dan pembelajaran dan pertumbuhan.

Penulis berharap pembuatan E-Book ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana kinerja balance score card dapat membantu meningkatkan efisiensi, keberlanjutan usaha bisnis Rumah Makan Nasi Padang dan mengungkap kontribusi BSC dalam mengoptimalkan efisiensi operasional dan meningkatkan daya saing UMKM kuliner, khususnya dalam konteks kuliner Rumah Makan Nasi Padang yang memiliki ciri khas tersendiri. Semoga E-Book ini bermanfaat, menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan an dapat memberikan wawasan yang berharga bagi para pelaku usaha kuliner, terutama yang bergerak dalam bisnis Rumah Makan Nasi Padang.

**Hormat Kami,
Penulis**

DAFTAR ISI

Prakata	iv
Daftar Isi.....	v
Bab I Pendahuluan.....	1
Bab II Akuntansi Manajemen	
A. Pengertian Akuntansi Manajemen	9
B. Sejarah Singkat Akuntansi Manajemen	10
C. Peran Akuntansi Manajemen	12
D. Akuntansi Manajemen	13
E. Konsep Dasar Akuntansi Manajemen	16
F. Prinsip Akuntansi Manajemen	23
G. Fungsi Akuntansi Manajemen Bagi Perusahaan	28
H. Tujuan Akuntansi Manajemen	30
BAB III Balance Score Card	
A. Pengertian Balance Score Card.....	32
B. Menimplementasikan Balance Score Card	33
C. Kinerja Balance Score Card.....	34
D. Perspektif Keuangan	36
E. Perspektif Pelanggan.....	36
F. Perspektif Bisnis Internal	37
G. Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan.....	43
H. Contoh Penilaian Balance Score Card Dari Jurnal	46
Bab IV Profil Perusahaan	
A. Profil UMKM Nasi Padang Nusa Indah Bojong.....	51
B. Profil UMKM Nasi Padang Bungo Jambak.....	54

C. Profil UMKM Nasi Padang Cahaya Baru.....	57
Bab V Pembahasan	
A. Pembahasan UMKM Nasi Padang Nusa Indah Bojong.....	62
B. Pembahasan UMKM Nasi Padang Bungo Jambak.....	68
C. Pembahasan UMKM Nasi Padang Cahaya Baru.....	74
Bab VI Penutup	
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran.....	81
Daftar Pustaka.....	83
Profil Penulis.....	85

BAB I

PENDAHULUAN

Industri restoran Indonesia sekarang berkembang dengan cepat dan dengan meningkatnya kompetensi. Ada banyak jenis masakan yang tersedia di pasaran, mulai dari tradisional hingga kontemporer. Harus ada kontrol kualitas konstan dan pengembangan dari sisi produk hingga layanannya karena pemasok makanan dan operator restoran berada dalam persaingan sengit satu sama lain. Rumah Makan Nasi Padang adalah restoran tradisional Indonesia yang mengkhususkan diri pada masakan Padang, yang berasal dari suku Minangkabau di Sumatera Barat, Indonesia. Masakan ini terkenal dengan citarasanya yang kaya, rempah-rempah yang aromatik, dan beragam makanan. Rumah Makan Nasi Padang menjadi populer tidak hanya di Indonesia tetapi juga internasional karena rasanya yang lezat dan otentik.

Sejarah restoran Nasi Padang dimulai sejak zaman dahulu kala, masyarakat Minangkabau yang memiliki kekayaan tradisi kuliner selama berabad-abad. Dalam budaya Minangkabau, perempuan berperan penting dalam memasak dan memasak keluarga, sehingga menghasilkan masakan yang kompleks dan lezat yang diwariskan dari generasi ke generasi. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, industri Nasi Padang mengalami beberapa tantangan, seperti persaingan yang ketat, biaya produksi yang tinggi, dan keterbatasan sumber daya. Oleh karena itu, beberapa pengusaha Nasi Padang mulai berpikir untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk mereka dengan menggunakan teknologi dan inovasi yang lebih modern.

Dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan teknologi digital telah meningkatkan efisiensi dan produktivitas industri Nasi Padang. Contohnya, penggunaan aplikasi online untuk memesan makanan telah meningkatkan penjualan dan meningkatkan kualitas pelayanan. Selain itu, penggunaan teknologi digital juga telah membantu pengusaha Nasi Padang untuk meningkatkan kualitas produk dengan menggunakan bahan baku yang lebih baik dan mengurangi biaya produksi. beberapa lapak Nasi Padang telah

menjadi viral dan sangat populer di media sosial. Contohnya, lapak Nasi Padang yang berada di daerah tertentu telah menjadi viral karena kualitas produk yang sangat baik dan pelayanan yang sangat baik. Hal ini telah meningkatkan penjualan dan meningkatkan kualitas pelayanan lapak Nasi Padang tersebut.

Beberapa pengusaha Nasi Padang juga telah menggunakan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan kualitas pelayanan. Contohnya, beberapa pengusaha Nasi Padang telah menggunakan strategi pemasaran digital, seperti menggunakan media sosial dan email marketing, untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan kualitas pelayanan. Saat ini rumah makan nasi padng juga telah menggunakan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas industri Nasi Padang. Contohnya, beberapa pengusaha Nasi Padang telah menggunakan sistem informasi manajemen yang lebih baik untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas industri Nasi Padang.

Di bidang ekonomi, perusahaan mikro, kecil, dan menengah (MSM) memainkan peran penting, terutama ketika datang untuk memperluas tenaga kerja, distribusi pendapatan, dan pertumbuhan ekonomi. UMKM adalah jenis perusahaan yang dijalankan oleh individu atau kelompok individu yang memiliki sejumlah uang tunai dan yang membentuk bisnis dengan maksud untuk menghasilkan keuntungan. Menurut data dari Badan Statistik Pusat, jumlah MSM tidak menurun selama krisis ekonomi 1997-1998; Bahkan, hingga 2012, mereka terus mempekerjakan antara 85 juta dan 107 juta orang. Ada 56.539.560 unit bisnis di Indonesia pada saat itu. Dari jumlah ini, 56.534.592 unit, atau 99,99 %, adalah MSM, sedangkan 4.968 unit, atau hampir 0,01 %, adalah perusahaan besar. Informasi tersebut menunjukkan kontribusi ekonomi yang signifikan UMKM ke negara tersebut.

Namun, karena mereka tidak terdaftar di kantor koperasi, antara 60 dan 70 persen MSM tidak bisa mendapatkan kredit perbankan. Karena itu, UMKM merasa sulit untuk memberikan pinjaman kredit atau Kur ke lembaga keuangan, seperti bank, atau kantor koperasi. Akibatnya, pemerintah Indonesia telah bekerja keras untuk meningkatkan daya saing MSM. Salah satu inisiatif tersebut berkaitan dengan lisensi dan menghilangkan hambatan administratif. Sebagai bentuk inovasi kebijakan dalam pertumbuhan MSM, pemerintah mendirikan Lisensi Usaha Kecil Mikro (IUMK) dengan Peraturan No. 98 tahun 2014 Pasal 1 menghormati lisensi usaha mikro dan kecil.

Karena potensi mereka untuk menumbuhkan inovasi, penciptaan lapangan kerja, dan pembangunan ekonomi, UMKM sering didorong dan didukung oleh pemerintah dan lembaga lainnya. Negara yang berbeda memiliki definisi dan klasifikasi yang berbeda dari perusahaan mikro, kecil, dan menengah (UMKM), dan kebijakan dan program yang bertujuan membantu mereka dapat mencakup keuangan, pelatihan bisnis, dan sumber daya untuk membantu mereka tumbuh dan bersaing di pasar.

Untuk mencapai tujuan tertentu, terutama yang terhubung dengan produksi atau perdagangan produk dan layanan dengan maksud menghasilkan uang, bisnis adalah kegiatan yang membutuhkan upaya dan kerja keras. Bisnis didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh orang, organisasi, atau perusahaan untuk menghasilkan produk atau layanan yang dijual kepada konsumen dalam kerangka bisnis dan ekonomi. Bisnis dapat mengambil berbagai bentuk dan mencakup berbagai sektor ekonomi, termasuk perdagangan, manufaktur, layanan, pertanian, dan sebagainya.

Tujuan utama dari usaha adalah untuk mencapai profitabilitas atau menghasilkan pendapatan dari penjualan barang atau jasa. Usaha juga melibatkan berbagai aspek, termasuk perencanaan, manajemen, pemasaran, dan pengelolaan sumber daya seperti tenaga kerja dan modal. Melalui empat perspektif pengukuran kinerja-keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, dan pembelajaran dan pertumbuhan-metode scorecard keseimbangan, juga dikenal sebagai cara mengukur kinerja keuangan dan non-finansial, menawarkan kerangka kerja yang komprehensif untuk menunjukkan visi dan strategi organisasi tersebut. Kerangka kerja inovatif lainnya untuk menggabungkan berbagai ukuran yang ditentukan oleh organisasi adalah The Balance Scorecard (BSC). Empat sudut pandang yang disajikan BSC termasuk pembelajaran dan pengembangan, proses internal perusahaan, pelanggan, dan perspektif keuangan. Bersama-sama, perspektif ini akan menentukan keberhasilan finansial di masa depan. Bisnis menggunakan pengukuran BSC untuk menghasilkan berbagai proses manajemen kritis, termasuk perencanaan, penetapan tujuan, dan menyelaraskan berbagai inisiatif strategis bisnis; mengkomunikasikan dan menghubungkan berbagai tujuan strategis dan ukuran bisnis; dan meningkatkan umpan balik dan pembelajaran strategis bisnis.

Istilah "BSC" terdiri dari dua istilah: "kartu skor," yang berarti "kartu skor," dan "seimbang," yang berarti "seimbang." Ungkapan "seimbang"

mengacu pada pengukuran kinerja baik dari perspektif keuangan dan non-keuangan, termasuk bagian internal dan eksternal bisnis dengan jangka waktu pendek atau jangka panjang. Menurut Kaplan dan Norton (1996), tujuan BSC adalah untuk mengubah strategi dan misi perusahaan menjadi alat lengkap yang kemudian akan berfungsi sebagai dasar untuk sistem pengukuran strategis dan manajemen bisnis.

Penggunaan BSC telah meningkatkan produktivitas dan efisiensi industri baru -baru ini. Misalnya, menggunakan bahan baku yang lebih baik dan memotong biaya manufaktur telah memungkinkan bisnis untuk meningkatkan kualitas produk mereka melalui penggunaan BSC. Selain itu, dengan menggunakan sistem informasi manajemen yang lebih baik, bisnis telah dapat menyediakan layanan pelanggan berkualitas lebih tinggi. Kaplan dan Norton berpendapat bahwa, untuk mencapai kinerja keuangan yang baik di bawah teori scorecard neraca, kinerja non-finansial juga harus dipertimbangkan, karena kinerja non-finansial merupakan prasyarat untuk hasil keuangan. Sembilan hasil non-keuangan berfungsi sebagai pendorong keberhasilan hasil utama, dengan kinerja keuangan berfungsi sebagai hasil utama.

Balanced Scorecard menunjukkan cara mencapai keseimbangan antara indikator terkemuka dan trailing, tujuan jangka pendek dan jangka panjang, dan pengukuran keuangan dan non-finansial. Manajer perusahaan akan dapat menilai bagaimana divisi bisnis mereka menghasilkan nilai saat ini sambil memperhitungkan kepentingan masa depan dengan menggunakan ide Balanced Scorecard. Pada 2015, Pantalisa et al.

Hasil dari operasi operasional perusahaan termasuk penggunaan sumber dayanya adalah kinerja perusahaan, yang merupakan penampilan dari kondisi penuh dari semua kegiatan perusahaan selama periode yang ditentukan. Kinerja adalah sejauh mana tugas diselesaikan dengan sukses. Kinerja dengan demikian merupakan produk motivasi, dan untuk menyelesaikan pekerjaan atau pekerjaan, seorang individu harus memiliki sejumlah bakat serta tingkat keinginan. Untuk menyelesaikan pekerjaan secara efisien, seseorang harus memiliki kesadaran yang jelas tentang tugas dan prosedur yang perlu diikuti selain keinginan dan bakat mereka.

Evaluasi dan pengukuran kinerja organisasi akan dilakukan untuk menentukan seberapa baik strategi organisasi sedang diimplementasikan. Ukuran tradisional sering digunakan untuk mengukur keberhasilan perusahaan, dengan penekanan tunggal pada elemen keuangan. Seluruh

kinerja perusahaan-baik keuangan maupun non-finansial-harus diukur dalam terang keterbukaan bisnis di pasar global. Metrik yang hanya memperhitungkan faktor keuangan dianggap tidak memadai.

Rumah Makan Nasi Padang adalah restoran tradisional Indonesia yang mengkhususkan diri pada masakan Padang, yang berasal dari suku Minangkabau di Sumatera Barat, Indonesia. Masakan ini terkenal dengan citarasanya yang kaya, rempah-rempah yang aromatik, dan beragam makanan. Rumah Makan Nasi Padang menjadi populer tidak hanya di Indonesia tetapi juga internasional karena rasanya yang lezat dan otentik. Sejarah restoran Nasi Padang dimulai sejak zaman dahulu kala, masyarakat Minangkabau yang memiliki kekayaan tradisi kuliner selama berabad-abad. Dalam budaya Minangkabau, perempuan berperan penting dalam memasak dan memasak keluarga, sehingga menghasilkan masakan yang kompleks dan lezat yang diwariskan dari generasi ke generasi.

Dalam bahasa Indonesia, MSMe untuk perusahaan mikro, kecil, dan menengah. Ini adalah referensi untuk perusahaan mikro, kecil, dan menengah yang sangat penting bagi beberapa ekonomi global. UMKM sering mendapatkan lebih sedikit uang dan mempekerjakan lebih sedikit orang daripada bisnis yang lebih besar. Ini mungkin termasuk berbagai perusahaan, termasuk toko-toko kecil, produsen regional, restoran yang dikelola keluarga, dan banyak lagi. Karena potensi mereka untuk menumbuhkan inovasi, penciptaan lapangan kerja, dan pembangunan ekonomi, UMKM sering didorong dan didukung oleh pemerintah dan lembaga lainnya. Kebijakan dan inisiatif yang ditujukan untuk membantu MSM mungkin termasuk sumber daya untuk mendukung pertumbuhan dan daya saing mereka di pasar, pelatihan bisnis, dan ketersediaan pendanaan. Negara yang berbeda mungkin memiliki definisi dan klasifikasi yang berbeda untuk perusahaan mikro, kecil, dan menengah.

Untuk mencapai tujuan tertentu, terutama yang terhubung dengan produksi atau perdagangan produk dan layanan dengan maksud menghasilkan uang, bisnis adalah kegiatan yang membutuhkan upaya dan kerja keras. Bisnis didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh orang, organisasi, atau perusahaan untuk menghasilkan produk atau layanan yang dijual kepada konsumen dalam kerangka bisnis dan ekonomi. Usaha bisa beragam dan mencakup berbagai sektor ekonomi, seperti manufaktur, perdagangan, jasa, pertanian, dan lain sebagainya. Tujuan utama dari usaha

adalah untuk mencapai profitabilitas atau menghasilkan pendapatan dari penjualan barang atau jasa. Usaha juga melibatkan berbagai aspek, termasuk perencanaan, manajemen, pemasaran, dan pengelolaan sumber daya seperti tenaga kerja dan modal.

Melalui empat perspektif pengukuran kinerja-keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, dan pembelajaran dan pertumbuhan-metode scorecard keseimbangan, juga dikenal sebagai cara mengukur kinerja keuangan dan non-finansial, menawarkan kerangka kerja yang komprehensif untuk menunjukkan visi dan strategi organisasi tersebut .

Menurut Kaplan dan Norton, untuk mendapatkan kinerja keuangan yang kuat di bawah teori kartu skor neraca, kita juga harus memperhatikan kinerja non-finansial, karena keberhasilan non-finansial merupakan prasyarat untuk hasil keuangan. Sembilan hasil non-keuangan berfungsi sebagai pendorong keberhasilan hasil utama, dengan kinerja keuangan berfungsi sebagai hasil utama.

Hasil dari operasi operasional perusahaan termasuk penggunaan sumber dayanya adalah kinerja perusahaan, yang merupakan penampilan dari kondisi penuh dari semua kegiatan perusahaan selama periode yang ditentukan. Kinerja adalah sejauh mana tugas diselesaikan dengan sukses.

Kinerja dengan demikian merupakan produk motivasi, dan untuk menyelesaikan pekerjaan atau pekerjaan, seorang individu harus memiliki sejumlah bakat serta tingkat keinginan. Untuk menyelesaikan pekerjaan secara efisien, seseorang harus memiliki kesadaran yang jelas tentang tugas dan prosedur yang perlu diikuti selain keinginan dan bakat mereka.

Evaluasi dan pengukuran kinerja organisasi akan dilakukan untuk menentukan seberapa baik strategi organisasi sedang diimplementasikan. Ukuran tradisional sering digunakan untuk mengukur keberhasilan perusahaan, dengan penekanan tunggal pada elemen keuangan. Seluruh kinerja perusahaan-baik keuangan maupun non-finansial-harus diukur dalam terang keterbukaan bisnis di pasar global. Metrik yang hanya memperhitungkan faktor keuangan dianggap tidak memadai.

Ada beberapa alasan mengapa Rumah Makan Nasi Padang begitu diminati :

1. Kelezatan masakan yang disajikan

Masakan padang terkenal dengan rasa yang gurih dan pedas, Lauk pauk yang disajikan di rumah makan nasi padang biasanya telah dimasak dengan bumbu rempah dan santan, sehingga memiliki cita rasa yang kaya dan lezat.

2. Harga yang terjangkau

Meskipun makanan di rumah makan nasi padang memiliki rasa yang lezat dan pilihan menu yang beragam, namun harga yang ditawarkan relatif terjangkau. Hal ini menjadikan rumah makan nasi padang sebagai pilihan makanan yang ekonomis bagi masyarakat.

3. Pilihan menu yang beragam

Rumah makan nasi padang menawarkan berbagai macam pilihan lauk pauk, mulai dari ayam goreng, rendang, dendeng balado, sambal ikan bilis, dan masih banyak lagi. Ini membuat konsumen memiliki banyak pilihan saat memesan nasi padang, sesuai dengan selera masing-masing.

4. Pelayanan yang cepat

Rumah makan nasi padang biasanya memiliki sistem layanan yang cepat, dimana konsumen bisa langsung memesan makanan yang mereka inginkan dan makanan akan segera disajikan

5. Sistem penyajian yang unik

Sistem ini memberikan keleluasaan bagi pelanggan untuk memilih makanan sesuai dengan selera dan kebutuhan mereka. Ketika pelanggan datang ke rumah makan nasi padang, mereka akan disuguhkan dengan berbagai jenis lauk-pauk dan sambal yang disajikan di atas meja.

Tujuan Balance Score card

Pengawas dapat memahami kinerja perusahaan dengan cepat, jelas, dan secara menyeluruh dengan penggunaan balanced scorecard, sistem manajemen, pengukuran, dan kontrol. Agar tujuan unit bisnis dapat dinyatakan dengan jelas dalam hal keuangan, itu juga harus diukur dalam hal bagaimana ia menambah nilai bagi pelanggan saat ini dan potensial, serta bagaimana ia harus meningkatkan kemampuannya dengan membuat investasi yang diperlukan dalam Orang, sistem, dan prosedur untuk melakukan ke depan yang lebih baik. Saat mempertimbangkan kartu skor seimbang dari keempat

sudut, sudut pandang keuangan khususnya, mencoba mengukur hasil terbaik bagi pemegang saham. Tujuan dari sudut pandang pelanggan adalah untuk mengarahkan perhatian perusahaan untuk memenuhi persyaratan pelanggan, yang mencakup pangsa pasar. Tujuan dari sudut pandang internal bisnis adalah untuk menarik perhatian pada kinerja sebagai komponen penting dari operasi internal yang mendukung perusahaan. Tujuan dari sudut pandang pembelajaran dan pembangunan adalah untuk memberikan infrastruktur yang diperlukan untuk tiga perspektif lainnya untuk mencapai tujuan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Dahlia, D. (2022). Pendekatan Balanced Scorecard dalam Mengukur Kinerja Baitul Mal wa Tamwil Amanah Kota Banjarmasin. *Al Iqtishadiyah Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah*, 7(1), 1.
- Dr. Garaika, Winda Feriyana, S.E., M. . (2019). Akuntansi Manajemen. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Gumilar, A. (2018). Analisis Bisnis Internasional Di Indonesia. *Jurnal ADBIS*, 2(2), 141–154.
- Imelda R. (2004). Implementasi Balanced Scorecard Pada Organisasi Publik. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 6(2), 106–122–122.
- Kristina, D. (2010). Pengukuran Kinerja Perusahaan Dengan Metode Balanced Scorecard (Studi kasus PT Kredo Segitiga Utama cabang Yogyakarta). *Skripsi*, 1–20.
- Mariza, I. (2003). Pengukuran Kinerja Dengan Balanced Scorecard. *The Winners*, 4(2), 127.
- Pantalisa, K., Rantelangi, C., & Kumawardani, A. (2015). Analisis balanced scorecard sebagai alat pengukuran kinerja pada CV Yamaha Sinar Utama Hidayatullah Samarinda. *Akuntabel*, 12(2), 176–183.
- Pardanawati, S. L., Rukmini, R., & Fatyasin, M. L. N. (2020). Analisis Pengukuran Kinerja Perusahaan Dengan Konsep Kartu Skor Berimbang. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 21(01), 48–58.
- Pramesti, H., & Sidhik, K. P. (2021). Penerapan Balanced Scorecard Pada Bisnis Kuliner Di Karanganyar. *Prosiding Seminar Nasional Dan ...*, 203–215.
- Putri, A. S. (2016). *Pengaruh Good Corporate Governance Dan Sistem Pengendalian Internal Terhadap Kualitas Kinerja Karyawan Pada Pt. Asuransi Jiwa Syariah Bumi Putera Kantor Cabang Tulungagung*. 01, 1–23.
- Santi Hariyanti, D. (2019). Akuntansi Manajemen. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Suedi, B. (2019). Peranan Akuntansi Manajemen Dalam Pengambilan Keputusan Manajerial. *Jurnal STIE Semarang*, 4(2), 9–25.

Tandiontong, M., & Yoland, E. R. (2011). Penerapan Balanced Scorecard Sebagai Alat Pengukuran Kinerja Yang Memadai (Sebuah Studi Pada Perusahaan Bio Tech Sarana di Bandung). *Akurat Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 05, 4.

PROFIL PENULIS



Nama lengkap penulis bernama **Hana Nuraisyah**. Lahir di Cianjur pada tanggal 5 September 2000, yang kini berusia 23 tahun. Merupakan anak terakhir dari dua bersaudara. Penulis merupakan kebangsaan Indonesia dan beragama islam, penulis tinggal di Kp. Cikadu, Kec. Warungkondang, Kab. Cianjur, provinsi Jawa Barat. Penulis menempuh Pendidikan di SDN Bunisari (2007-2013), MtsN 5 Cianjur (2012-2016), MAN 1 Cianjur (2016-2019), dan saat ini penulis sedang menyelesaikan studinya di Universitas Nusa Putra Sukabumi (2022-sekarang). Penulis mengambil jurusan S1 Manajemen, karena penulis memiliki minat dan tertarik dalam dunia bisnis hingga ia mengambil jurusan fakultas bisnis. Didalam e-books ini penulis mencoba untuk meneliti salah satu peluang usaha bisnis bagi para wirausahawan yaitu Pengaruh Kinerja Balance Scorecard pada UMKM Nasi Padang dan belajar bagaimana proses berjalan nya suatu usaha bisnis dalam hal mencakup alat manajemen yang komprehensif untuk mengukur dan mengelola kinerja organisasi melalui empat perspektif utama yaitu keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, dan pembelajaran serta pertumbuhan. Selain itu, penulis memiliki hobi membaca, menonton film, mendengarkan musik dan kuliner. Saat ini penulis tinggal bersama kedua orang tua, penulis juga bekerja sebagai karyawan di sebuah PT Pratama Abadi Industri JX (2021-sekarang). Penulis juga memiliki cita-cita menjadi seorang financial manager maka dari itu penulis mengambil jurusan manajemen di Universitas Nusa Putra Sukabumi.



Nama lengkap penulis **Lusi Apriliana**. Lahir di Sukabumi pada tanggal 15 April 2001. Seorang muslim dan berkebangsaan Indonesia yang bertempat tinggal di kecamatan Purabaya, Kabupaten Sukabumi. Saat ini penulis adalah salah satu mahasiswa yang ada di sukabumi yaitu Universitas Nusa Putra. Penulis memiliki hobi membaca serta menonton, selain itu penulis juga adalah sebuah pegawai di perusahaan swasta yakni PT.

Pratama Abadi Industri (jx) sejak januari tahun 2021 dan memutuskan untuk melanjutkan studinya setelah gap year selama 2 tahun dan mengambil program studi S1 Manajemen.

Didalam e-books ini penulis mencoba untuk meneliti salah satu peluang usaha bisnis bagi para wirausahawan yaitu Pengaruh Kinerja Balance Scorecard pada UMKM Nasi Padang dan belajar bagaimana proses berjalan nya suatu usaha bisnis dalam hal mencakup alat manajemen yang komprehensif untuk mengukur dan mengelola kinerja organisasi melalui empat perspektif utama yaitu keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, dan pembelajaran serta pertumbuhan.



Nama lengkap penulis **Ai Fitriyani**. Kelahiran Sukabumi Jawa Barat lebih tepatnya pada tanggal 08 Desember 2001. Alamat tempat tinggal saya berada di Kp.Lebak Jero RT02/04 Des Parakanlima Kec Cikembar Kab Sukabumi. Saya di besarkan oleh kedua orang tua yang sangat sayang kepada saya dan menanamkan sikap disiplin setiap hari pada hidup saya. Saya menempuh Pendidikan SD,SMP,SMK. SDN PARAKANLIMA adalah sekolah SD saya,kemudian melanjutkan Pendidikan Kembali di SMP NEGRI 1 CIKEMBAR hingga lulus. Kemudian berlanjut di SMK TERPADU IBAADURRAHMAN dan akhirnya sekarang saya masih mengeyam Pendidikan di bangku universitas dan saya kuliah di UNIVERSITAS NUSA PUTRA mengambil jurusan S1 Manajemen. Didalam e-books ini penulis mencoba untuk meneliti salah satu peluang usaha bisnis bagi para wirausahawan yaitu Pengaruh Kinerja Balance Scorecard pada UMKM Nasi Padang dan belajar bagaimana proses berjalan nya suatu usaha bisnis dalam hal mencakup alat manajemen yang komprehensif untuk mengukur dan mengelola kinerja organisasi melalui empat perspektif utama yaitu keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, dan pembelajaran serta pertumbuhan. Selain itu, Cita cita saya adalah menjadi pengusaha muda nan sukses jadi saya akan berusaha semaksimal mungkin dengan apa yang saya cita cita kan nantinya.

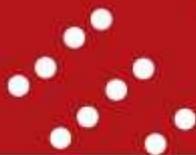


Assoc Prof DR. Gustian Djuanda menyelesaikan Program S1 Ekonomi pada tahun 1986 pada Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto dan Program S2 di bidang Keuangan pada tahun 1995 di Universitas Indonesia. Program Doktor di bidang Ekonomi Islam dari Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta pada tahun 2010. Awal karirnya bermula sebagai Asisten Dosen pada Sekolah Tinggi

Ilmu Ekonomi Keuangan dan Perbankan Indonesia (STEKPI) pada 2 January 1988 hingga 25 Oktober 2010. Selain menyelesaikan Program Akademik Dia juga menyelesaikan Program Sertifikasi Profesi Pendidikan Lanjutan Kader Perbankan dari Institut Bankir Indonesia pada tahun 1992 and Sertifikat Brevet Pajak AB dari Yayasan Artha Bhakti pada tahun 1999. Pada Institusi Pendidikan berpengalaman memegang jabatan di bidang Manajemen di STEKPI School of Business and Management. Pada tahun 2000, beliau dipercaya menjadi Wakil Ketua bidang Kemahasiswaan kemudian Pada Tahun 2001, dipercaya menjadi Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat. Dari Tahun 2003 sampai 2006, memegang jabatan sebagai Ketua Konsorsium Lembaga Pengabdian Masyarakat Perguruan Tinggi Swasta DKI Jakarta. Pada Tahun 2006 beliau bergabung menjadi Senior Tax Partner Kantor Akuntan Publik Gatot Permadi Joewono dan menjadi Konsultan Pajak pada beberapa perusahaan, Pada Tahun 2009 Dia diangkat menjadi Kepala Tax Center STEKPI. Sebagai Akademisi penelitiannya berkisar pada Perpajakan, Keuangan dan Perbankan termasuk Perbankan Islam. Sebagian karya ilmiah terbut telah dipublikasikan pada Seminar Nasional dan International. Salah satu bukunya yang berjudul Pelaporan Pajak Penghasilan memperoleh The Ten Best Seller Book dari Kontan Indonesian Daily Newspaper Category pada Tahun 2002. Pada Tahun 2002 mempublikasikan kembali buku lain Pelaporan Pajak Petambahan Nilai dan Pajak Penjualan Barang Mewah. Buku lain yang diterbitkan yaitu Pelapran Zakat Pengurang Pajak Penghasilan. Hasil peneliannya masuk Nominasi Finalis Peneliti Muda LIPI-TVRI in 1989. Pada 1 Nopember 2010 sampai dengan 31 Otober 2012 menjadi Visiting Lecturer pada Universiti Utara Malaysia. Sepulang dari Malaysia kegiatannya selain mengajar menjadi Pembimbing dan Penguji Tesis dan Skripsi, Journal Reviewer pada Universitas Pamulang dan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

dengan bidang pengajaran Metodologi Riset. Keuangan dan Perpajakan hingga Tahun 2017.

Sejak Tahun 2019 mengajar di Universitas Nusa Putra Prodi Manajemen untuk Mata Kuliah Teori Portofolio dan Analisis investasi, Manajemen Keuangan, Manajemen Resiko Keuangan dan Akuntansi Manajemen. Selain menjadi Reviewer dan Penulis beberapa Jurnal juga aktif menjadi Penulis dan Editor Book Chapter, Book Monograph dan Book Reference.



CV. Tahta Media Group
Surakarta, Jawa Tengah
Web : www.tahtamedia.com
Ig : tahtamedigroup
Telp/WA : +62 896-5427-3996



011-5555555