ABSTRAK

Strategy Mapping merupakan proses untuk mengkonversikan *intangible assets* dalam perusahaan ke dalam *tangible outcomes* yang riil, dan menyatukannya dengan strategi demi kesuksesan perusahaan. *Strategy Mapping* menggambarkan strategi korporasi ke dalam peta-peta strategi yang berbentuk *Cause and Effect Relationship* di antara *Critical Success Factors* perusahaan. *Intangible assets*, seperti *Employees' Capabilities*, *Customers' Relationship*, dan sebagainya, tidak dapat diukur oleh sistem pengukuran keuangan perusahaan, sehingga manajemen tidak dapat mengukur dan memberdayakan aset-aset tersebut.

PT Anugerah merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa percetakan, dan memproduksi produk dengan bahan kertas dan plastik. Manajemen PT Anugerah menghadapi 2 (dua) permasalahan, yaitu pengkomunikasian strategi dengan *low level management* dan para karyawan, dan langkah-langkag riil bagi pelaksanaan strategi. Permasalahan pertama diatasi dengan menjabarkan strategi PT Anugerah ke dalam *Strategy Map*. *Strategy Map* dapat menghubungkan *Personal Objectives* tiap karyawan dengan keinginan *top level management* melalui *Cause and Effect Relationship*. Permasalahan kedua diatasi dengan mengembangkan rangkaian *Strategic Initiative*. *Strategic Initiative* merupakan langkah-langkah riil bagi implementasi strategi, dan perlu dijabarkan lagi ke dalam rincian perencanaan strategis beserta anggaran alokasi sumber daya pelaksanaannya.

PT Anugerah masih mengandalkan ukuran keuangan melalui sistem pengukuran keuangan perusahaan. Ini terbukti dengan nilai outcomes (ROE) pada tahun 2005 sebesar 6.96% dan tahun 2006 sebesar 26.71%, berarti mengalami peningkatan sebesar 19.75%. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, PT Anugerah sebenarnya memperhatikan faktor-faktor non keuangan, tetapi tidak dikelola dengan baik. Pengelolaan faktor-faktor non keuangan hanya berdasarkan pengalaman manajemen saja, tidak berdasarkan pada pengukuran yang tepat. Penulis berusaha membantu PT Anugerah dalam mengungkapkan kegunaan faktor-faktor non keuangan dan alat-alat ukur yang dapat digunakan. Penulis berharap informasi tersebut dapat menjadi informasi tambahan bagi PT Anugerah untuk mengimplementasikan dan mengembangkan strategi korporasi.

Kata kunci: Strategi Mapping, Balance Scorecard dan 4 Perspektif.