

Analisis Pengukuran Kinerja dan Penyusunan Rekomendasi Strategis Berbasis Balanced Scorecard pada Kedai Work From Coffee

Muhamad Al 'Idrus^{1✉}, Chelsie Sheena Jehova Jire Bangan², Istiqomah³, Suriansyah⁴,

^{1,2,3,4}Universitas Borneo Tarakan, Indonesia

✉¹muhamadmad752@gmail.com

ARTICLE INFO

Article History:

Submitted: 30-Jun.

2026

Revised: 30-Jun. 2026

Accepted: 30-Jun. 2026

Published: 30-Jun.

2026

Kata Kunci:

Kedai kopi,
pengukuran kinerja,
*Balanced
Scorecard*, strategi
bisnis, UMKM.

Keywords:

Coffee shop,
performance
measurement,
*Balanced
Scorecard*, business
strategy, MSMEs.

Corresponding author:

Name: Muhamad Al
'Idrus

Address: Universitas
Borneo Tarakan,
Indonesia

E-mail:
muhamadmad752@gmail.com

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menganalisis kinerja Kedai Work From Coffee di Kota Tarakan menggunakan pendekatan *Balanced Scorecard* secara komprehensif, serta menyusun rekomendasi strategis guna mendukung pengembangan usaha yang berkelanjutan. Metode pelaksanaan yang diterapkan adalah deskriptif kualitatif dengan desain studi kasus tunggal. Proses pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara semi-terstruktur bersama pemilik usaha, dan telaah dokumentasi. Kinerja usaha dievaluasi berdasarkan empat perspektif: keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, serta pembelajaran dan pertumbuhan. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa kedai masih dikelola tanpa pencatatan keuangan terstruktur dan standar operasional baku. Sebagai solusi atas permasalahan tersebut, kegiatan ini berhasil menyusun 15 Indikator Kinerja Utama (KPI) terukur dan lima rekomendasi strategis. Rekomendasi tersebut meliputi penerapan pencatatan kas harian, survei kepuasan pelanggan digital, optimalisasi promosi media sosial, penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP) pelayanan, serta peningkatan kapasitas manajerial. Program ini berhasil mendorong transformasi tata kelola kedai menjadi berbasis data untuk meningkatkan daya saing usaha.

ABSTRACT

This community service program aims to comprehensively analyze the performance of Kedai Work From Coffee in Tarakan City using the *Balanced Scorecard* approach, and formulate strategic recommendations to support sustainable business development. The implementation method applied is descriptive qualitative with a single case study design. The data collection process was conducted through field observations, semi-structured interviews with the business owner, and documentation review. Business performance was evaluated based on four perspectives: financial, customer, internal business processes, and learning and growth. Identification results indicate that the shop is still managed without structured financial recording and standard operating procedures. As a solution to these issues, this program successfully formulated 15 measurable Key Performance Indicators (KPIs) and five strategic recommendations. These recommendations include implementing daily cash recording, digital customer satisfaction surveys, social media promotion optimization, drafting service Standard Operating Procedures (SOPs), and enhancing managerial capacity. This program successfully encouraged the transformation of the shop's management to be data-driven to improve business competitiveness.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian Indonesia yang memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Hingga tahun 2025, jumlah UMKM di Indonesia tercatat mencapai sekitar 65,5 juta unit usaha dan mampu menyerap lebih dari 119 juta tenaga kerja atau sekitar 97% dari total angkatan kerja nasional. Kontribusi sektor ini terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional mencapai 61,9%, menjadikan UMKM sebagai tulang punggung perekonomian rakyat yang tidak dapat diabaikan (Alimudin et al., 2019). Besarnya peranan tersebut menuntut upaya serius dalam memperkuat daya saing dan keberlanjutan UMKM, khususnya di tengah perubahan pola konsumsi masyarakat dan akselerasi transformasi digital yang terus berkembang. Berbagai tekanan eksternal, mulai dari persaingan pasar yang semakin ketat hingga perubahan perilaku konsumen yang dinamis, mendorong pelaku UMKM untuk terus berbenah dalam aspek manajemen usaha dan strategi bisnis guna mempertahankan posisi kompetitifnya (Pranoto & Yusuf, 2024).

Di antara sektor UMKM yang mengalami pertumbuhan pesat, bisnis kedai kopi (*coffee shop*) menjadi salah satu yang paling menonjol. Meningkatnya budaya konsumsi kopi, pergeseran gaya hidup masyarakat urban, serta tumbuhnya kebutuhan akan ruang yang mendukung interaksi sosial dan aktivitas informal telah mendorong ekspansi jumlah kedai kopi di berbagai daerah di Indonesia (Pratiwi, 2022). Fenomena ini tidak hanya menciptakan peluang usaha yang signifikan, tetapi juga menghadirkan tantangan berupa persaingan yang semakin kompetitif antarpelaku usaha. Dalam konteks tersebut, strategi bisnis yang tepat menjadi syarat mutlak bagi keberlangsungan dan pertumbuhan usaha di sektor ini (Pranoto & Yusuf, 2024).

Fenomena tersebut turut terasa di Kota Tarakan sebagai pusat aktivitas ekonomi di Provinsi Kalimantan Utara. Pertumbuhan sektor usaha kuliner di kota ini terus meningkat seiring bertambahnya jumlah UMKM yang tercatat lebih dari 26.000 unit pada tahun 2024. Banyaknya kedai kopi yang bermunculan di berbagai sudut kota mencerminkan tingginya minat masyarakat terhadap usaha berbasis kopi, sekaligus memperketat persaingan antarusaha yang ada. Kondisi ini sejalan dengan temuan Nainggolan et al. (2025) dalam kegiatan pengabdian masyarakat pada salah satu kedai kopi di Kota Tarakan, yang mengidentifikasi bahwa pelaku UMKM kedai kopi di wilayah tersebut pada umumnya belum memiliki sistem pengelolaan usaha yang terstruktur, termasuk dalam aspek pencatatan keuangan (Nainggolan et al., 2025). Kelemahan serupa juga ditemukan pada UMKM kopi di berbagai daerah lain di

Indonesia, termasuk di Kabupaten Buton, di mana pelaku usaha kopi pada umumnya belum memahami cara menyusun laporan keuangan secara mandiri sehingga membutuhkan pendampingan yang terstruktur (Herman et al., 2022). Oleh karena itu, setiap pelaku usaha kedai kopi dituntut memiliki pemahaman menyeluruh terhadap kondisi bisnisnya agar mampu bersaing dan bertahan dalam dinamika pasar yang terus berubah (Alimudin et al., 2019).

Salah satu usaha yang bergerak pada sektor ini adalah Kedai Work From Coffee (WFC Coffee) yang berlokasi di Kota Tarakan. Berbeda dengan konsep *coffee shop* formal yang umumnya dirancang sebagai ruang kerja tertutup dengan fasilitas pendukung produktivitas, WFC Coffee merupakan usaha rintisan yang beroperasi di lokasi terbuka di pinggir jalan dengan suasana yang lebih kasual dan leluasa. Kedai ini berfungsi sebagai ruang bersantai dan tempat berkumpul bagi pelanggan yang ingin menikmati minuman kopi sambil berinteraksi secara informal, berdiskusi ringan, maupun menghabiskan waktu luang bersama rekan. Target pasar utama usaha ini adalah mahasiswa, pelajar, dan kalangan muda yang menyukai suasana terbuka dan tidak formal (Pratiwi, 2022). Sebagai usaha yang masih berada pada tahap perintisan, seluruh kegiatan operasional WFC Coffee dikelola secara mandiri oleh pemilik tanpa melibatkan tenaga kerja tambahan, mulai dari pengadaan bahan baku, pelayanan pelanggan, pemasaran, hingga pencatatan transaksi harian. Kondisi ini merupakan gambaran umum UMKM kuliner di Kota Tarakan, di mana keterbatasan sumber daya manusia dan belum terstrukturnya sistem manajemen keuangan menjadi tantangan utama dalam pengembangan usaha (Nainggolan et al., 2025).

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara awal dengan pemilik usaha, diketahui bahwa evaluasi kinerja yang selama ini dilakukan masih terbatas pada aspek keuangan, khususnya omzet penjualan yang diperoleh setiap periode. Usaha ini belum memiliki sistem pengukuran kinerja yang mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai kepuasan pelanggan, efektivitas proses pelayanan, maupun keberhasilan strategi pemasaran yang dijalankan (Mawuntu & Aotama, 2022). Kondisi serupa juga ditemukan pada kedai kopi lainnya di Tarakan, di mana ketiadaan sistem pencatatan keuangan yang terstruktur menjadi salah satu penghambat utama kemampuan pengambilan keputusan berbasis data pada pelaku UMKM (Nainggolan et al., 2025). Selain itu, umpan balik pelanggan yang diperoleh melalui komunikasi langsung maupun media sosial belum terdokumentasi secara sistematis, sehingga sulit dijadikan dasar pengambilan keputusan strategis (Sundari et al., 2024). Akibatnya, sebagian besar keputusan bisnis masih didasarkan pada pengalaman dan intuisi pemilik semata, bukan pada analisis data yang terukur.

Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa WFC Coffee memerlukan suatu sistem pengukuran kinerja yang tidak hanya berorientasi pada aspek keuangan, tetapi juga mampu mengevaluasi dimensi-dimensi lain yang memengaruhi keberhasilan usaha secara menyeluruh (Mawuntu & Aotama, 2022). Transformasi pengelolaan usaha berbasis data merupakan langkah strategis yang mendesak bagi UMKM kuliner, sebagaimana ditegaskan oleh Nainggolan et al. (2025) bahwa pendampingan pengelolaan keuangan secara digital terbukti meningkatkan kapasitas pengambilan keputusan bisnis pelaku UMKM kedai kopi di Tarakan secara signifikan (Nainggolan et al., 2025). Salah satu pendekatan yang dapat melengkapi kebutuhan tersebut adalah *Balanced Scorecard* (BSC), sebuah kerangka pengukuran kinerja yang dikembangkan oleh Robert S. Kaplan dan David P. Norton. Metode ini mengintegrasikan empat perspektif utama, yaitu keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, serta pembelajaran dan pertumbuhan, sehingga memberikan gambaran kinerja yang lebih komprehensif dan seimbang (Hartini & Habibi, 2023). Melalui pendekatan tersebut, pelaku usaha dapat memperoleh pemahaman yang lebih utuh mengenai kondisi bisnis dan merancang strategi pengembangan yang lebih terarah dan terukur (Dzulhadi et al., 2022).

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan menganalisis kinerja Kedai Work From Coffee Kota Tarakan menggunakan pendekatan *Balanced Scorecard* dan menyusun rekomendasi strategis yang sesuai dengan kebutuhan dan kapasitas usaha. Kegiatan dilaksanakan melalui serangkaian tahapan yang meliputi observasi lapangan, wawancara mendalam dengan pemilik usaha, identifikasi indikator kinerja, pengumpulan dan analisis data berdasarkan empat perspektif *Balanced Scorecard*, serta penyusunan rekomendasi strategis yang aplikatif (Octaviana et al., 2023). Luaran yang diharapkan dari kegiatan ini berupa dokumen pengukuran kinerja berbasis *Balanced Scorecard*, indikator kinerja utama (*Key Performance Indicators/KPI*), serta rekomendasi strategis yang dapat dijadikan landasan pengembangan usaha secara berkelanjutan (Pranoto & Yusuf, 2024).

METODE DAN PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Kedai Work From Coffee yang berlokasi di Kota Tarakan, Provinsi Kalimantan Utara. Mitra dalam kegiatan ini adalah pemilik usaha yang sekaligus menjalankan seluruh fungsi operasional secara mandiri, mulai dari pengadaan bahan baku, pelayanan pelanggan, pengelolaan media sosial, hingga pencatatan transaksi harian. Pelaksanaan kegiatan berlangsung pada bulan Mei 2026 melalui serangkaian

kunjungan lapangan yang dilakukan secara bertahap, mencakup tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi.

Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan desain studi kasus tunggal, yaitu suatu cara memahami kondisi usaha secara mendalam berdasarkan situasi nyata di lapangan (Yin, 2018). Pendekatan ini dipilih karena kegiatan difokuskan pada satu unit usaha saja, sehingga memungkinkan analisis yang lebih rinci dan kontekstual terhadap permasalahan yang dihadapi mitra. Informan utama adalah pemilik usaha yang dipilih secara *purposive* karena memiliki keterlibatan langsung dan menyeluruh dalam pengelolaan kedai, sehingga dinilai paling mampu memberikan informasi yang akurat dan relevan (Mawuntu & Aotama, 2022).

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga cara utama, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung alur pelayanan, ketersediaan bahan baku, dan aktivitas operasional. Wawancara dilaksanakan secara semi-terstruktur untuk menggali informasi lebih dalam mengenai kendala keuangan, pola pelayanan, strategi pemasaran yang telah dijalankan, serta rencana pengembangan usaha ke depan. Dokumentasi dilakukan dengan menelaah catatan penjualan harian. Kombinasi ketiga cara pengumpulan data ini diterapkan guna memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh dan saling melengkapi mengenai kondisi kinerja usaha (Nainggolan et al., 2025).

Analisis data dilakukan menggunakan kerangka *Balanced Scorecard* (BSC) yang mencakup empat perspektif, yaitu keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, serta pembelajaran dan pertumbuhan. Perspektif keuangan dianalisis berdasarkan data pendapatan, biaya operasional, laba sederhana, dan efisiensi penggunaan bahan baku. Perspektif pelanggan dikaji melalui frekuensi kunjungan, kepuasan, keluhan, dan interaksi di media sosial. Perspektif proses bisnis internal dinilai dari kecepatan pelayanan, konsistensi kualitas produk, dan kelancaran operasional. Perspektif pembelajaran dan pertumbuhan ditinjau dari kemampuan pemilik dalam mengelola usaha, memanfaatkan platform digital, mencatat transaksi, serta merespons umpan balik pelanggan. Kerangka BSC dipilih karena mampu menghasilkan penilaian kinerja yang seimbang antara aspek keuangan dan non-keuangan dalam satu sistem yang terintegrasi (Hartini & Habibi, 2023).

Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan transaksi, dan observasi lapangan. Triangulasi metode dilakukan dengan menggabungkan tiga

teknik pengumpulan data agar temuan yang dihasilkan lebih konsisten dan dapat dipercaya (Herman et al., 2022). Luaran dari kegiatan ini berupa pemetaan kinerja usaha berdasarkan empat perspektif *Balanced Scorecard*, penyusunan *Key Performance Indicators* (KPI) sebagai tolok ukur yang terukur di setiap perspektif, serta rekomendasi strategis yang mencakup perbaikan pencatatan keuangan, penguatan promosi digital, penyusunan standar pelayanan, pengembangan varian menu, dan evaluasi kinerja secara berkala sebagai dasar pengembangan usaha yang lebih terencana dan berkelanjutan (Pranoto & Yusuf, 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui tiga tahap yang saling berkesinambungan, yaitu identifikasi kondisi awal usaha, penyusunan indikator kinerja berbasis *Balanced Scorecard*, dan pemberian rekomendasi strategis. Pada tahap identifikasi, dilakukan observasi langsung dan wawancara mendalam dengan pemilik Kedai Work From Coffee yang sekaligus merangkap seluruh fungsi operasional secara mandiri, mulai dari pengadaan bahan baku, pelayanan pelanggan, hingga pencatatan transaksi harian. Kondisi keterbatasan sumber daya manusia ini merupakan karakteristik yang lazim dijumpai pada UMKM skala mikro di Indonesia dan kerap menjadi hambatan struktural dalam pengembangan usaha (Alimudin et al., 2019). Dari hasil wawancara terungkap bahwa selama ini pemilik melakukan evaluasi usaha secara intuitif berdasarkan perkiraan omzet harian tanpa target yang ditetapkan sebelumnya. Temuan ini sejalan dengan hasil pengabdian Nainggolan et al. (2025) pada salah satu kedai kopi di Kota Tarakan, yang mendapati bahwa pelaku UMKM di wilayah tersebut umumnya belum menerapkan sistem pengelolaan berbasis data sebagai landasan pengambilan keputusan bisnis (Nainggolan et al., 2025).



Gambar 1. Dokumentasi Wawancara dengan Pemilik Kedai Work From Coffee Kota Tarakan

Tahap pemetaan masalah menghasilkan enam permasalahan utama yang memengaruhi kinerja usaha, yaitu: (1) tidak adanya sistem pencatatan keuangan yang terstruktur sehingga laba bersih aktual tidak dapat diketahui secara akurat; (2) ketiadaan mekanisme pengelolaan umpan balik pelanggan yang berdampak pada sulitnya evaluasi kualitas layanan; (3) aktivitas pemasaran digital yang tidak konsisten meskipun akun Instagram sudah tersedia; (4) tidak adanya standar operasional prosedur (SOP) tertulis baik untuk pelayanan maupun pengelolaan bahan baku; (5) inovasi produk yang stagnan selama lebih dari enam bulan; serta (6) keterbatasan literasi manajerial dan pemanfaatan teknologi digital oleh pemilik dalam mengelola usaha. Permasalahan-permasalahan tersebut mencerminkan kondisi yang juga ditemukan oleh Herman et al. (2022) pada UMKM kopi di Kabupaten Buton, di mana pelaku usaha kopi belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang memadai sehingga memerlukan pendampingan yang terstruktur (Herman et al., 2022). Sundari et al. (2024) pun menyimpulkan bahwa hambatan utama penerapan sistem pengukuran kinerja pada UMKM kuliner terletak pada rendahnya literasi manajerial pemilik dan ketiadaan dokumentasi usaha yang terstandar (Sundari et al., 2024).

Penyusunan Indikator Kinerja Utama Berbasis *Balanced Scorecard*

Berdasarkan hasil pemetaan masalah, disusun 15 indikator kinerja utama (*Key Performance Indicators/KPI*) yang mencakup empat perspektif *Balanced Scorecard*. Proses penyusunan KPI dilakukan secara partisipatif bersama pemilik usaha guna memastikan setiap indikator bersifat realistis, terukur, dan relevan dengan kondisi lapangan (Mawuntu & Aotama, 2022). Indikator yang disusun mencakup aspek keuangan seperti omzet harian, *Net Profit Margin*, efisiensi biaya bahan baku, serta perhitungan ROI yang pada periode pertama menunjukkan nilai -6,08% sebagai gambaran awal kinerja investasi; aspek pelanggan seperti tingkat kunjungan ulang dan kepuasan; aspek proses bisnis internal seperti kecepatan pelayanan dan inovasi menu; serta aspek pembelajaran dan pertumbuhan seperti literasi keuangan dan pemanfaatan platform digital. Pranoto & Yusuf (2024) menegaskan bahwa penyusunan KPI yang komprehensif dan selaras dengan kondisi riil usaha merupakan langkah kunci dalam mengoperasionalkan strategi bisnis UMKM berbasis *Balanced Scorecard* (Pranoto & Yusuf, 2024). Hasil penyusunan KPI secara lengkap disajikan pada Tabel 1.

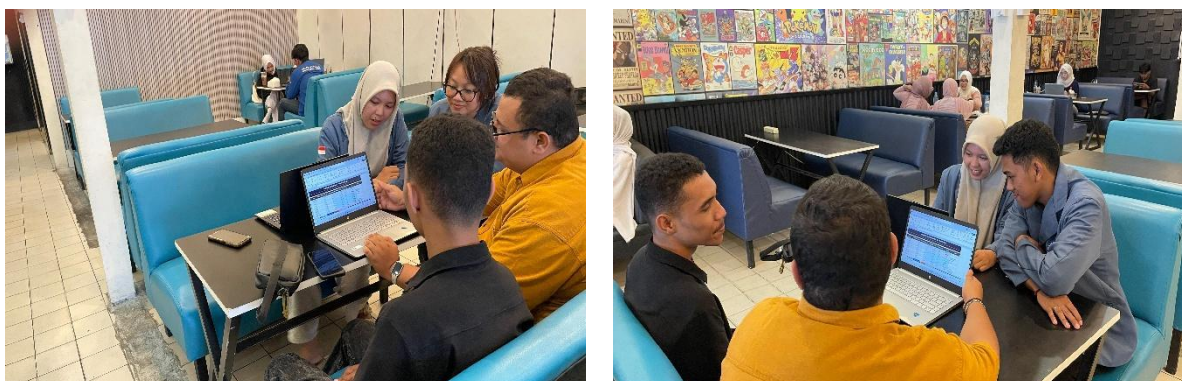
Tabel 1. Indikator Kinerja Utama (KPI) Kedai Work From Coffee Berdasarkan Balanced Scorecard

Perspektif	Indikator Kinerja Utama (KPI)	Kondisi Saat Ini	Target (1 Tahun)
Keuangan	Omzet harian rata-rata	Rp250.000–Rp400.000/hari	Rp500.000/hari (3–6 bulan)
	Net Profit Margin (NPM)	Belum dihitung formal	≥15% per bulan
	Efisiensi biaya bahan baku (HPP)	Tidak terdokumentasi	Rasio HPP ≤35% omzet
	ROI (Return on Investment)	–6,08% (tahun pertama)	ROI positif dalam 12 bulan
Pelanggan	Jumlah kunjungan harian	10–20 pelanggan/hari	25–35 pelanggan/hari
	Tingkat kunjungan ulang	±60% (estimasi pemilik)	≥75% dalam 3 bulan
	Kepuasan pelanggan	Belum diukur formal	Skor rata-rata ≥4,0/5,0
	Interaksi media sosial	Rendah, posting tidak rutin	Min. 3 konten/minggu
Proses Bisnis Internal	Kecepatan pelayanan	8–12 menit/pesanan	≤8 menit/pesanan
	Ketersediaan bahan baku	Kadang kehabisan stok	0 hari kehabisan/bulan
	Inovasi menu	Tidak ada menu baru ≥6 bulan	1 menu baru per kuartal
	Standar kebersihan (SOP)	Dilakukan, tidak terdokumentasi	SOP kebersihan tertulis
Pembelajaran & Pertumbuhan	Literasi keuangan pemilik	Terbatas	Mampu buat laporan L/R sederhana
	Pemanfaatan platform digital	Instagram & WhatsApp minimal	Aktif di 2 platform
	Dokumentasi umpan balik pelanggan	Tidak ada sistem	Log ulasan mingguan

Analisis kinerja berdasarkan empat perspektif Balanced Scorecard

Perspektif keuangan dianalisis menggunakan data pendapatan dan pengeluaran yang diperoleh dari catatan transaksi harian pemilik. Omzet rata-rata harian Kedai Work From Coffee berkisar antara Rp250.000 hingga Rp400.000, dengan estimasi pendapatan bulanan antara Rp7,5 juta hingga Rp12 juta. Berdasarkan data tersebut, dilakukan pula penghitungan ROI awal yang menunjukkan nilai –6,08% pada periode pertama operasional; angka ini mengindikasikan bahwa investasi awal senilai Rp9.500.000 belum sepenuhnya terbayar, namun hal ini wajar mengingat usaha masih berada pada tahap rintisan dan tren pendapatan menunjukkan kecenderungan meningkat pada beberapa bulan berikutnya. Meskipun pendapatan sudah mampu menutupi biaya operasional dasar, tidak adanya pencatatan biaya yang sistematis mengakibatkan pemilik tidak dapat menghitung *Net Profit Margin* secara

akurat. Kondisi ini memperkuat temuan Nainggolan et al. (2025) bahwa ketiadaan sistem pencatatan keuangan yang terstruktur pada UMKM kedai kopi di Tarakan menjadi hambatan utama dalam evaluasi kinerja keuangan berbasis data (Nainggolan et al., 2025). Sebagai langkah perbaikan, kegiatan ini merekomendasikan penerapan pencatatan harian sederhana yang memisahkan pemasukan, pengeluaran operasional, dan biaya bahan baku, mengingat literasi keuangan yang memadai terbukti berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kinerja dan keberlanjutan UMKM (Hartini & Habibi, 2023). Kondisi serupa juga dijumpai oleh Herman et al. (2022), di mana UMKM kopi yang belum memiliki pencatatan keuangan yang baik mengalami kesulitan memantau perkembangan usaha dan mengambil keputusan yang tepat (Herman et al., 2022).



Gambar 2. Dokumentasi Pendampingan Perhitungan ROI Kedai Work From Coffee

Pada perspektif pelanggan, rata-rata kunjungan harian berkisar antara 10 hingga 20 orang, dengan proporsi sekitar 60% merupakan pelanggan yang kembali secara reguler berdasarkan estimasi pemilik. Pelanggan utama adalah mahasiswa, pelajar, dan kalangan muda yang menyukai suasana terbuka dan santai yang menjadi daya tarik utama kedai ini (Pratiwi, 2022). Survei kepuasan belum pernah dilakukan secara formal; umpan balik diperoleh melalui percakapan langsung dan sesekali melalui kolom komentar Instagram, namun tidak terdokumentasi secara sistematis. Mawuntu & Aotama (2022) menekankan bahwa pengukuran kepuasan pelanggan merupakan indikator kinerja kritis dalam perspektif pelanggan *Balanced Scorecard* yang tidak dapat diabaikan oleh UMKM kuliner (Mawuntu & Aotama, 2022). Sebagai tindak lanjut, kegiatan ini merekomendasikan penyusunan kuesioner kepuasan pelanggan berskala Likert 1–5 melalui formulir digital yang mudah diakses, dengan target skor rata-rata minimal 4,0 dari skala 5,0 sebagai tolok ukur kinerja triwulanan. Di samping itu, penguatan pemasaran digital melalui konten Instagram yang terencana terbukti mampu memperluas jangkauan pasar UMKM kuliner secara signifikan (Pranoto & Yusuf, 2024), sehingga ditetapkan

target minimal tiga unggahan per minggu sebagai bagian dari strategi komunikasi pemasaran yang lebih terstruktur.

Dari perspektif proses bisnis internal, observasi lapangan menunjukkan bahwa waktu pelayanan dari penerimaan pesanan hingga produk tersaji rata-rata membutuhkan 8 hingga 12 menit. Durasi ini masih dapat dioptimalkan mengingat variasi menu yang ditawarkan relatif sederhana. Ketersediaan bahan baku dikelola berdasarkan perkiraan kebutuhan harian tanpa sistem *buffer stock*, sehingga beberapa kali terjadi kehabisan bahan yang berpotensi mengurangi kepuasan pelanggan dan pendapatan harian. Kebersihan operasional dilakukan setiap hari namun belum disertai SOP tertulis, sehingga konsistensinya bergantung sepenuhnya pada kondisi pribadi pemilik. Dzulhadi et al. (2022) dalam penelitian pada UMKM kuliner di Semarang menemukan bahwa perspektif proses bisnis internal paling sering memperoleh penilaian di bawah target pada UMKM skala mikro, terutama disebabkan ketiadaan standar tertulis yang memandu operasional harian (Dzulhadi et al., 2022). Rekomendasi yang disusun mencakup penyusunan SOP pelayanan dan kebersihan, pengelolaan persediaan dengan cadangan minimal tiga hari, serta penetapan target satu menu baru per kuartal untuk mempertahankan daya tarik pelanggan reguler.

Perspektif pembelajaran dan pertumbuhan mengevaluasi kemampuan pemilik dalam mengelola dan mengembangkan usaha secara berkelanjutan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa pemilik memiliki motivasi yang tinggi untuk maju, namun mengakui adanya keterbatasan dalam literasi keuangan, pengelolaan media sosial secara strategis, dan pemanfaatan platform digital untuk keperluan operasional. Seluruh pengetahuan usaha diperoleh dari pengalaman langsung tanpa pernah mengikuti pelatihan manajemen formal. Octaviana et al., (2023) menyatakan bahwa rendahnya kapasitas manajerial pemilik merupakan faktor pembatas utama dalam penerapan sistem pengukuran kinerja formal pada UMKM di daerah, sebuah kondisi yang persisten mencerminkan situasi yang dihadapi pemilik WFC Coffee. Sebagai respons, kegiatan ini merekomendasikan agar pemilik mengikuti program pelatihan UMKM yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi Kota Tarakan, serta mulai mendokumentasikan umpan balik pelanggan secara rutin melalui log mingguan digital yang mudah dikelola.

Analisis Komparatif Kondisi Mitra Sebelum Dan Sesudah Program

Untuk menggambarkan dampak kegiatan secara lebih terstruktur, dilakukan perbandingan kondisi usaha sebelum dan sesudah pelaksanaan program pada enam aspek utama yang dievaluasi, sebagaimana disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Analisis Komparatif Kondisi Kedai Work From Coffee Sebelum dan Sesudah Program

Aspek	Kondisi Sebelum Kegiatan	Kondisi Setelah Kegiatan
Pengukuran kinerja	Hanya berdasarkan omzet penjualan harian	Tersusun 15 KPI pada empat perspektif BSC
Pencatatan keuangan	Tidak terstruktur; tanpa pemisahan biaya	Rekomendasi pencatatan harian berbasis SAK-EMKM
Pengelolaan pelanggan	Umpan balik tidak terdokumentasi	Log ulasan pelanggan dan target retensi terukur
Pemasaran digital	Posting Instagram tidak rutin	Rencana konten dan target interaksi bulanan tersusun
Standar operasional	Tidak ada SOP tertulis	Rekomendasi SOP pelayanan dan kebersihan tersusun
Inovasi produk	Tidak ada rencana pengembangan menu	Target 1 menu baru per kuartal tercantum dalam KPI

Tabel 2 memperlihatkan bahwa setelah pelaksanaan program, kondisi usaha mengalami perubahan yang signifikan pada seluruh aspek yang dievaluasi. Sebelum program, tidak satu pun aspek tersebut memiliki sistem yang terstruktur dan terukur. Setelah program, mitra telah dilengkapi dengan dokumen KPI yang dapat dijadikan acuan evaluasi berkala, rekomendasi SOP operasional, serta panduan pemasaran digital yang lebih terencana. Perubahan ini sejalan dengan temuan Nainggolan et al. (2025) yang menunjukkan bahwa sistematisasi pencatatan usaha dan pendampingan berbasis data terbukti meningkatkan kemampuan pengambilan keputusan bisnis pada UMKM kuliner di Kota Tarakan (Nainggolan et al., 2025). Dzulhadi et al., (2022) juga menyimpulkan bahwa penerapan pendekatan *Balanced Scorecard* mampu meningkatkan kesadaran manajerial pelaku UMKM terhadap dimensi kinerja yang sebelumnya tidak mendapat perhatian, suatu transformasi yang juga tampak nyata pada Kedai Work From Coffee.

Faktor Pendorong Dan Penghambat Pelaksanaan Program

Terdapat sejumlah faktor yang memengaruhi kelancaran pelaksanaan program. Dari sisi pendorong, keterbukaan dan kooperatifnya pemilik dalam menyediakan data dan informasi

yang dibutuhkan menjadi modal utama yang memperlancar proses pengumpulan data. Adanya rekam jejak transaksi meski dalam bentuk catatan tidak formal juga memungkinkan penyusunan estimasi data keuangan dengan dasar yang memadai. Selain itu, ketersediaan rujukan ilmiah mengenai BSC untuk UMKM yang terus berkembang dalam literatur nasional turut memudahkan penyusunan kerangka KPI yang kontekstual (Alimudin et al., 2019; Pranoto & Yusuf, 2024). Dari sisi penghambat, keterbatasan data historis keuangan yang akurat akibat pencatatan yang sporadis mengharuskan penggunaan data estimasi pada beberapa indikator, yang berpotensi mengurangi presisi pengukuran awal. Keterbatasan waktu pemilik yang merangkap seluruh fungsi operasional menjadi hambatan kedua, mengharuskan sesi wawancara dilakukan secara fleksibel menyesuaikan jadwal operasional kedai. Tantangan serupa dilaporkan oleh Octaviana et al. (2023) dalam kegiatan penerapan BSC pada UMKM di Kabupaten Trenggalek, di mana keterbatasan kapasitas manajerial pemilik menjadi hambatan dominan dalam proses alih pengetahuan dan implementasi sistem pengukuran kinerja (Octaviana et al., 2023).



Gambar 3. Dokumentasi Foto Bersama Pemilik Kedai Work From Coffee Kota Tarakan
Rekomendasi Strategis Pengembangan Usaha

Berdasarkan analisis keempat perspektif *Balanced Scorecard*, disusun lima rekomendasi strategis sebagai luaran utama kegiatan: (1) penerapan pencatatan keuangan harian sederhana berbasis buku kas yang dilengkapi rekap bulanan untuk menghitung laba bersih dan margin keuntungan; (2) pelaksanaan survei kepuasan pelanggan setiap dua minggu melalui formulir digital sederhana sebagai dasar perbaikan layanan yang berkelanjutan; (3) penguatan pemasaran digital melalui konten Instagram yang konsisten dengan target minimal tiga unggahan per minggu yang mencakup informasi produk, suasana kedai, dan promosi mingguan; (4) penyusunan SOP pelayanan dan kebersihan secara tertulis sebagai panduan operasional harian agar kualitas layanan tidak bergantung sepenuhnya pada kondisi personal pemilik; serta (5) peningkatan kapasitas manajerial melalui partisipasi aktif dalam program

pelatihan UMKM yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah atau lembaga pendamping usaha setempat. Kelima rekomendasi ini disusun secara berjenjang dari yang paling mendesak hingga yang bersifat jangka menengah, dengan mempertimbangkan kapasitas dan sumber daya pemilik yang ada saat ini. Sundari et al. (2024) menegaskan bahwa rekomendasi berbasis *Balanced Scorecard* yang disusun secara kontekstual dan bertahap terbukti lebih mudah diimplementasikan oleh pelaku UMKM dibandingkan pendekatan yang bersifat komprehensif namun melampaui kapasitas nyata usaha (Sundari et al., 2024).

PENUTUP

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah berhasil memetakan kinerja Kedai Work From Coffee di Kota Tarakan secara komprehensif menggunakan pendekatan *Balanced Scorecard* yang mengintegrasikan perspektif keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, serta pembelajaran dan pertumbuhan. Sebagai solusi atas permasalahan mitra yang sebelumnya hanya mengevaluasi kinerja secara intuitif, program ini menghasilkan luaran berupa penyusunan 15 Indikator Kinerja Utama (KPI) terukur dan lima rekomendasi strategis, yaitu penerapan pencatatan keuangan harian, pelaksanaan survei kepuasan pelanggan secara digital, penguatan promosi Instagram yang konsisten, penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP) pelayanan, serta dorongan peningkatan literasi manajerial pemilik. Dampak dan manfaat nyata dari pendampingan ini adalah terjadinya transformasi tata kelola usaha mitra dari yang tidak terstruktur menjadi memiliki sistem pengukuran kinerja berbasis data yang dapat dijadikan acuan evaluasi berkala. Kelancaran dan keberhasilan program ini sangat didukung oleh sikap kooperatif pemilik usaha dalam memberikan informasi serta adanya rekam jejak transaksi dasar, meskipun pelaksanaannya dihadapkan pada kendala berupa keterbatasan data historis keuangan yang akurat dan terbatasnya waktu ruang pemilik akibat merangkap seluruh fungsi operasional kedai secara mandiri.

Berdasarkan analisis pelaksanaan program, meskipun penyusunan dokumen evaluasi kinerja dan rekomendasi strategis telah berhasil dicapai secara maksimal, tahap implementasi menyeluruh dan pemantauan jangka panjang dari rekomendasi tersebut belum sepenuhnya terealisasi karena keterbatasan waktu pelaksanaan kegiatan. Oleh karena itu, disarankan bagi tim pengabdian selanjutnya untuk merancang program pendampingan lanjutan yang berfokus pada tahap eksekusi dan pengawasan (monitoring) dari kelima rekomendasi yang telah disusun. Pengabdian selanjutnya diharapkan dapat memberikan pelatihan teknis secara langsung, seperti implementasi aplikasi pencatatan keuangan digital atau sistem *Point of Sale* (POS), yang dirasa sangat krusial untuk mengefisienkan waktu pengelola UMKM yang bekerja

secara mandiri. Hal ini bertujuan untuk menjamin keberlanjutan program pemberdayaan dan memastikan mitra benar-benar mampu mengadopsi transformasi digital guna meningkatkan daya saingnya di tengah ketatnya persaingan bisnis kedai kopi.

DAFTAR PUSTAKA

Alimudin, A., Falani, A. Z., Mudjanarko, S. W., & Limantara, A. D. (2019). Analisis Pengaruh Penerapan Perspektif Balanced Scorecard Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v4i1.337>

Dzulhadi, A. A., Wulandari, P., Aziz, N. A., Windani, A., & Pratiwi, R. (2022). Analisis Penerapan Prespektif Balanced Scorecard terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus Warmindo di Kota Semarang). *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen*, 127–136.

Hartini, H., & Habibi, D. (2023). Pengelolaan Kinerja Berbasis Balanced Scorecard. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 3(2), 198–209. <https://doi.org/10.54373/ifijeb.v3i2.156>

Herman, Leo, M., Virginia, W. A., Alimuddin, I., Aswira, R., & Nurdin, N. (2022). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana Bagi UMKM Kopi di Desa Kaongke-ongkea, Kecamatan Pasarwajo, Kabupaten Buton. *Abdimas Universal*, 4(2), 301–305. <https://doi.org/10.36277/abdimasuniversal.v4i2.242>

Mawuntu, P. S. T., & Aotama, R. C. (2022). Pengukuran Kinerja UMKM Berdasarkan Key Performance Indicators (KPI) Metode Balanced Scorecard. *WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 21(1), 72–83. <https://doi.org/10.22225/we.21.1.2022.72-83>

Nainggolan, Y. T., Balloteng, B. N., Zahra, M. N. Al, Al'idrus, M., Marvin, M., Putri, F. C., Kartini, Pratiwi, S. R., Irna, R. A., & Rahmawati, M. (2025). Digitalisasi Pencatatan Keuangan UMKM dengan Aplikasi Akuntansiku pada Kedai Kopi Jo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 6(3), 3813–3824. <https://doi.org/http://doi.org/10.55338/jpkmn.v6i3.6035>

Octaviana, O., Marsiwi, M., & Ardiana, L. (2023). The influence of applying balanced scorecard to improve MSMEs performance in Trenggalek Regency. *Monex-Journal of Accounting Research*, 12(2), 282–292.

Pranoto, Y., & Yusuf, M. (2024). Balanced Scorecard Sebagai Instrumen Manajemen Strategis Untuk Pertumbuhan UMKM Di Era Digital. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 4(3), 1–12. <https://doi.org/10.58765/jimek.v4i3.6219>

Pratiwi, R. W. (2022). PERSEPSI ANAK MUDA DI SURABAYA MENGENAI COFFEE SHOP SEBAGAI GAYA HIDUP MASYARAKAT PERKOTAAN. 2022, 05(02), 238–248.

Sundari, S., Amelia, E., & Anggreani, A. K. (2024). Literature Review : Analisis Penerapan Balanced Scorecard Dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 9(2), 248–259. <http://jak.uho.ac.id/index.php/journal>

Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (Leah Fargotstein, Ed.; 6th Edition). SAGE Publications Ltd.