Pendampingan Manajemen Strategis Berbasis Balance Scorecard untuk Peningkatan Kinerja Usaha pada UMKM

Krisna[1], Siti Nur Aisyah[2], Windi Radaniyah[3] ,Herman[4]
[1,2,3,4] Universitas Borneo Tarakan

✉[4]hermanalhshak@gmail.com

ARTICLE INFO

Article History:
Submitted: 30-Jun. 2026
Revised: 30-Jun. 2026
Accepted: 30-Jun. 2026
Published: 30-Jun. 2026

Kata Kunci:
Balance Scorecard, UMKM, Return on Investment, Kinerja Usaha, Manajemen Strategis.

Keywords:
Balanced Scorecard, SMEs, Return on Investment, Business Performance, Strategic Management.

Corresponding author:
Name: Herman
Address: Universitas Borneo Tarakan, Indonesia
E-mail: hermanalshak@gmail.com

ABSTRAK

Kegiatan penjangkauan kepada masyarakat ini bertujuan untuk: (1) mengevaluasi kelayakan finansial Mibiay.Booth dengan menghitung Return on Investment (ROI), (2) mengukur kinerja non-keuangan melalui tiga dimensi Balanced Scorecard (BSC), dan kemudian (3) menyusun rekomendasi strategis berbasis BSC sebagai panduan untuk memperkuat kinerja bisnis yang berkelanjutan. Pendekatan yang digunakan mencakup pendampingan dan konsultasi berbasis studi kasus, yang dilaksanakan melalui wawancara mendalam, pengamatan lapangan, analisis data keuangan dan non-keuangan, serta diskusi kolaboratif dengan para pemilik usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pengembalian investasi (ROI) Mibiay.Booth sekitar 10,32% per bulan, yang dianggap dapat diterima namun belum optimal karena belum adanya penetapan harga berdasarkan biaya barang yang dijual serta kurangnya pemanfaatan platform digital. Evaluasi non-keuangan menunjukkan kelebihan dalam hal tingkat retensi pelanggan (±80%) dan jam operasional yang kompetitif, namun juga mengidentifikasi kelemahan dalam manajemen persediaan, standarisasi produk, dan literasi keuangan pemilik usaha. Sebagai hasil utama, tim tersebut menyusun dokumen BSC yang komprehensif yang mencakup empat perspektif beserta KPI dan inisiatif konkret yang disetujui bersama oleh para mitra, sehingga untuk pertama kalinya Mibiay.Booth memiliki pedoman kinerja yang terstruktur.

ABSTRACT

This community outreach initiative aims to: (1) evaluate the financial feasibility of the USD $Mibiay. by calculating the Return on Investment (ROI), (2) measure non-financial performance through the three dimensions of the Balanced Scorecard (BSC), and then (3) formulate BSC-based strategic recommendations as a guide to strengthening sustainable business performance. The approach employed includes case-study-based mentoring and consultation, conducted through in-depth interviews, field observations, analysis of financial and non-financial data, and collaborative discussions with business owners. The research findings indicate that Mibiay. Booth is approximately 10.32% per month, which is considered acceptable but not yet optimal due to the absence of cost-based pricing for goods sold and insufficient utilization of digital platforms. The non-financial evaluation highlighted strengths in terms of customer retention rates (±80%) and competitive operating hours, but also identified weaknesses in inventory management, product standardization, and the business owners' financial literacy. As a key outcome, the team developed a comprehensive BSC document covering the four perspectives along with KPIs and concrete initiatives jointly agreed upon by the partners, thereby providing Mibiay.Booth with a structured performance framework for the first time.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian yang tidak dapat dipandang sebelah mata karena merupakan salah satu pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia karena menyerap sebagian besar lapangan kerja (April et al., 2024). Berdasarkan Data Pusat Statistik (BPS) tahun 2023, jumlah UMKM di indonesia mencapai sekitar 66 juta unit, berkontribusi sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDP) nasional senilai kurang lebih Rp9.580 triliun, serta menyerap sekitar 97% angkatan kerja (Hapsari et al., 2024) dan (Aftitah et al., 2025). Besarnya kontribusi UMKM ini menjadikannya sebagai sektor strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional secara inklusif dan berkelanjutan.

Di antara berbagai sektor UMKM yang berkembang pesat, sektor kuliner menjadi salah satu yang paling diminati oleh masyarakat, termasuk di kota Tarakan, Kalimantan Utara. Sektor makanan dan minuman memiliki potensi pasar yang luas karena merupakan kebutuhan primer masyarakat. Namun demikian, pelaku UMKM kuliner kerap menghadapi tantangan serius, yakni minimnya pemahaman terhadap manajemen strategis, ketidakmampuan mengukur kinerja secara komprehensip, serta terbatasnyaa penguasaan teknologi dan sistem pencatatan keuangan yang baik (Rahmi, 2017). Kondisi ini menyebabkan banyak UMKM kuliner sulit berkembang secara optimal dan rentan terhadap persaingan pasar yang semakin ketat.

Mibiay.Booth adalah salah satu UMKM kuliner yang berdiri pada tanggal 15 Desember 2023 dan berlokasi di Jl. Yos Sudarso, Selumit Pantai RT 12, Kota Tarakan, Kalimantan Utara. Usaha ini bergerak di bidang penjualan aneka minuman dan makanan ringan, meliputi es jeruk, es kopi, es teh, pop ice, roti bakar, risol, gorengan, dan berbagai menu lainnya. Sejak awal berdirinya, Mibiay.Booth sempat beroperasi di kawasan Markoni, namun karena rendahnya kunjungan pelanggan di lokasi tersebut, pemilik memutuskan untuk berpindah ke lokasi yang berdekatan dengan tempat tinggalnya, yaitu di Jl. Yos Sudarso, Selumit Pantai RT 12. Keputusan strategis ini terbukti berdampak positif, di mana Mibiay.Booth kini telah berhasil membangun basis pelanggan tetap yang cukup loyal.

Secara sosial, Kawasan Selumit Pantai merupakan wilayah permukiman padat penduduk dengan karakteristik masyarakat yang beragam secara budaya dan etnis, mencerminkan keberagaman yang khas Kalimantan Utara. Masyarakat di sekitar lokasi usaha memiliki kebiasaan bersosialisasi di warung atau booth kuliner sebagai bagian dari interaksi sosial sehari-hari. Dari sisi keagamaan, mayoritas penduduk beragama Islam, sehingga produk-produk yang ditawarkan Mibiay.Booth perlu memperhatikan

aspek kehalalan bahan baku dan proses produksi sebagai bentuk kepercayaan dan tanggung jawab sosial kepada konsumen. Secara ekonomi, keberadaan Mibiay.Booth memberikan nilai tambah bagi lingkungan sekitar dengan menciptakan lapangan kerja dan memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat sekitar dengan harga yang terjangkau.

Meskipun Mibiay.Booth menunjukkan perkembangan yang positif dari sisi jumlah pelanggan, usaha ini masih menghadapi sejumlah permasalahan krusial dalam aspek manajemen strategis. Pertama, pemilik usaha belum memiliki sistem pengukuran kinerja yang terstruktur, sehingga sulit untuk mengevaluasi sejauh mana pencapaian target usaha dari waktu ke waktu. Kedua, belum ada analisis kinerja keuangan yang memadai, termasuk perhitungan *Return on Investment* (ROI), yang mengakibatkan pemilik tidak dapat mengetahui secara akurat tingkat profitabilitas usahanya. Ketiga, aspek non-finansial seperti kepuasan pelanggan, efisiensi proses bisnis internal, serta pengembangan kompetensi sumber daya manusia belum terkelola secara sistematis (Alimudin et al., 2019). Kondisi ini sejalan dengan temuan penelitian Almas dkk (Almas, Pupita, et al., 2023) yang menyatakan bahwa sebagian besar UMKM di Indonesia belum menerapkan sistem penilaian kinerja yang terintegrasi, sehingga menyulitkan pengambilan keputusan strategis yang efektif.

Salah satu pendekatan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEKS) yang relevan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah penerapan *Balanced Scorecard* (BSC). BSC merupakan kerangka manajemen strategis yang mengintegrasikan pengukuran kinerja dari empat perspektif, yakni perspektif keuangan, perspektif pelanggan, perspektif proses bisnis internal, serta perspektif pembelajaran dan pertumbuhan (Nugrahayu, 2015). Pendekatan ini tidak hanya berorientasi pada aspek keuangan semata, tetapi juga mempertimbangkan faktor-faktor non finansial yang menjadi pendorong (*driver*) kinerja jangka panjang. Penelitian (Wiratha et al., 2023a) membuktikan bahwa penerapan strategy map berbasis BSC mampu mendukung keberlanjutan UMKM secara signifikan. Demikian pula, (Shirty et al., 2022) menegaskan bahwa pengukuran kinerja UMKM berdasarkan Key Performance Indicators (KPI) metode BSC dapat memberikan gambaran kinerja usaha yang lebih komprehensif dan terukur.

Bertolak dari kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini hadir sebagai upaya pendampingan manajemen strategis berbasis BSC bagi Mibiay.Booth. Prosedur kerja pelaksanaan kegiatan meliputi: (1) pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi langsung; (2) analisis kinerja finansial berupa perhitungan ROI; (3) analisis kinerja non-finansial pada tiga perspektif BSC; dan (4) penyusunan tabel BSC yang memuat sasaran strategis, indikator kinerja utama (KPI), target, serta

inisiatif konkret. Partisipasi aktif mitra dalam kegiatan ini diwujudkan melalui keterbukaan pemilik Mibiay.Booth dalam menyediakan data keuangan dan operasional, kesediaan untuk berdiskusi dalam proses perumusan strategi, serta komitmen untuk mengimplementasikan rekomendasi yang diberikan. Target luaran yang ingin dicapai dari kegiatan ini mencakup aspek produksi, yaitu peningkatan efisiensi operasional dan inovasi produk/layanan, serta aspek manajemen, berupa tersusunnya dokumen BSC sebagai panduan pengelolaan kinerja Mibiay.Booth secara berkelanjutan.

METODE DAN PELAKSANAAN

Program pengabdian masyarakat tersebut diselenggarakan di Mibiay.booth, yang berlokasi di Jalan Cendana Beringin, Tarakan. Pemilihan mitra didasarkan pada kebutuhan perusahaan untuk meningkatkan kemampuannya dalam mengukur dan mengevaluasi kinerja secara lebih komprehensif, yang mencakup aspek keuangan maupun non-keuangan. Kegiatan ini akan diselenggarakan pada tanggal 5 Juni 2026, dengan seorang pemilik usaha yang akan berperan ganda sebagai peserta utama sekaligus mitra pembimbing. UMKM Mibiay.booth adalah Usaha mikro ini, yang bergerak di bidang industri makanan, telah dikelola secara sederhana tanpa menerapkan sistem pengukuran kinerja yang terstruktur.

Metode yang digunakan mencakup pendampingan dan konsultasi yang didasarkan pada studi kasus nyata. Metode ini dipilih karena dianggap mampu membantu tim memahami situasi bisnis secara mendetail dan memberikan solusi yang disesuaikan dengan kebutuhan para mitra. Pembimbingan ini dilakukan melalui wawancara tatap muka, observasi bisnis, analisis data, dan diskusi dengan para mitra untuk merumuskan rekomendasi guna meningkatkan kinerja. Dapatkan pemahaman yang lebih menyeluruh tentang lingkungan bisnis dan tentukan strategi pengembangan yang dapat diterapkan dalam jangka panjang.

Informasi yang menjadi dasar penelitian ini diperoleh dari data primer yang dikumpulkan secara langsung melalui wawancara mendalam dan pengamatan langsung terhadap para pelaku usaha di lokasi usaha mereka. Wawancara dipilih sebagai metode untuk melakukan kajian mendalam terhadap berbagai aspek, termasuk identitas dan karakteristik perusahaan, kondisi operasionalnya, praktik manajemen keuangannya, strategi pemasarannya, hubungannya dengan pelanggan, serta pengembangan sumber daya yang dimiliki. Sejalan dengan hal tersebut, teknik observasi digunakan untuk memperoleh gambaran yang faktual mengenai kegiatan operasional perusahaan, serta untuk memverifikasi dan melengkapi data yang diperoleh melalui wawancara

sebelumnya. Sejalan dengan hal tersebut, teknik observasi digunakan untuk memperoleh gambaran yang faktual mengenai kegiatan operasional perusahaan, serta untuk memverifikasi dan melengkapi data yang diperoleh melalui wawancara sebelumnya.

Proyek penelitian ini diawali dengan tahap pengumpulan data secara langsung dari para pemilik usaha mikro, kecil, dan menengah melalui wawancara dan pengamatan lapangan. Pada tahap ini, tim peneliti mengumpulkan data mengenai kondisi bisnis secara keseluruhan, termasuk operasional bisnis, kondisi pemasaran, hubungan dengan pelanggan, pengelolaan sumber daya bisnis, dan laporan keuangan. Informasi yang dikumpulkan tersebut kemudian digunakan sebagai dasar utama untuk menganalisis kinerja bisnis.

Langkah selanjutnya dalam penelitian ini adalah menganalisis kinerja keuangan perusahaan dengan menggunakan indikator *Return on Investment* (ROI). ROI dihitung untuk mengukur kemampuan suatu bisnis dalam menghasilkan laba dibandingkan dengan jumlah modal atau investasi yang digunakan. Analisis ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai efektivitas dan efisiensi cara usaha mikro, kecil, dan menengah memanfaatkan sumber daya keuangan mereka.

Setelah analisis keuangan selesai, studi dilanjutkan dengan mengevaluasi lingkungan bisnis dari sudut pandang non-keuangan menggunakan kerangka kerja Balanced Scorecard, yang mencakup perspektif pelanggan, proses bisnis internal, serta perspektif pembelajaran dan pertumbuhan. Pada tahap ini, tim peneliti bekerja sama dengan mitra bisnis untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang memengaruhi keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis, termasuk tingkat kepuasan pelanggan, kualitas layanan, efisiensi operasional, kemampuan perusahaan dalam berinovasi, serta peningkatan kompetensi sumber daya manusia.

Berdasarkan hasil evaluasi keuangan dan non-keuangan yang telah dilakukan, kemudian dikembangkan kerangka kerja *Balanced Scorecard* yang mencakup tujuan strategis, indikator kinerja utama (IKU), target yang telah ditetapkan, serta program atau langkah strategis yang dapat dilaksanakan oleh para mitra untuk meningkatkan kinerja bisnis. Pengembangan *Balanced Scorecard* dilakukan dengan mengevaluasi secara cermat kondisi aktual yang dihadapi oleh perusahaan, sehingga setiap rekomendasi yang diberikan dapat diterapkan secara realistis oleh mitra kami.

Tahap akhir dari studi ini mencakup penyampaian hasil evaluasi dan rekomendasi kepada para mitra melalui serangkaian diskusi dan konsultasi. Pada tahap ini, tim peneliti memaparkan perhitungan ROI, temuan dari setiap dimensi *Balanced Scorecard,*

serta berbagai opsi strategis yang dapat dipilih untuk meningkatkan kinerja dan daya saing bisnis. Program pendampingan ini diharapkan dapat membantu para mitra memahami pentingnya melakukan penilaian menyeluruh terhadap kinerja bisnis, sekaligus memungkinkan mereka untuk menerapkan rekomendasi yang diberikan dalam operasional bisnis mereka di masa mendatang.

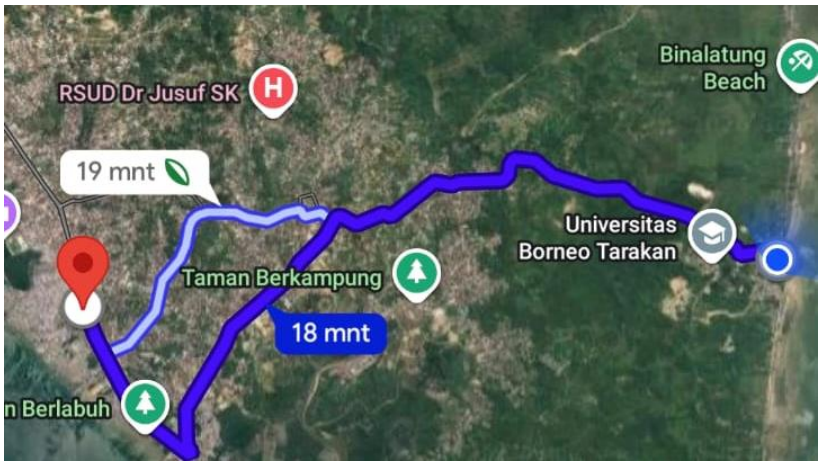
HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 5 Juni 2026 di lokasi usaha Mibiay.Booth, Jalan Cendana Beringin, Tarakan, Kalimantan Utara. Pelaksanaan program berlangsung melalui serangkaian tahapan yang sistematis, meliputi wawancara mendalam dengan pemilik usaha, observasi lapangan, analisis data keuangan dan non-keuangan, serta diskusi konsultatif dalam penyusunan kerangka *Balanced Scorecard* (BSC). Pemilik usaha, yang dalam kegiatan ini bertindak sekaligus sebagai mitra dan peserta utama, menunjukkan keterbukaan dan partisipasi aktif selama seluruh tahapan berlangsung. Profil usaha Mibiay.Booth secara lengkap disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Profil Usaha Mibiay.Booth

Aspek	Keterangan
Nama Usaha	Mibiay.Booth
Tanggal Berdiri	15 Desember 2023
Lokasi	Jl. Yos Sudarso, Selumit Pantai RT 12, Tarakan, Kalimantan Utara
Bidang Usaha	Kuliner (minuman dan makanan ringan)
Jam Operasional	13.00–24.00 WITA (±28 hari/bulan)
Jumlah SDM	1 pemilik, 3 karyawan
Produk Utama	Es teh (Rp5.000), es jeruk (Rp5.000), es kopi (Rp10.000), es Milo (Rp10.000), roti bakar (Rp5.000), risol (Rp10.000/3 biji), tusuk-tusukan (Rp1.000–2.000)

Media Sosial Instagram: @mibiay.booth



Gambar 1. Peta Lokasi UMKM Mibiay.Booth

Berdasarkan wawancara dan observasi yang dilakukan, ditemukan bahwa Mibiay.Booth merupakan usaha mikro kuliner yang telah beroperasi lebih dari dua tahun dengan basis pelanggan tetap yang cukup solid. Pemilik memperkirakan sekitar 80% pelanggannya merupakan pelanggan loyal dari lingkungan sekitar lokasi usaha. Meskipun demikian, sebelum program pengabdian ini dilaksanakan, usaha tersebut belum memiliki sistem pengukuran kinerja yang terstruktur, baik dari sisi finansial maupun non-finansial. Kondisi ini sejalan dengan temuan Almas et al. (2023) yang menyatakan bahwa mayoritas UMKM di Indonesia belum menerapkan sistem penilaian kinerja yang terintegrasi, sehingga menyulitkan pengambilan keputusan strategis secara efektif. Pencatatan keuangan masih dilakukan secara digital melalui aplikasi BukuKas dan pencatatn manual menggunakan buku tulis, terbatas pada catatan piutang pelanggan dan belanja harian, tanpa analisis profitabilitas yang memadai.

Analisis kinerja keuangan berdasarkan *Return on Investment* (ROI)

Tahap pertama analisis kinerja berfokus pada dimensi finansial melalui perhitungan *Return on Investment* (ROI). Data yang digunakan bersumber dari keterangan pemilik selama wawancara.. Rincian perhitungan disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Analisis *Return on Investment* (ROI) Mibiay.Booth

Komponen	Estimasi (Rp)	Keterangan
Modal Awal (Investasi)	19.000.000	Booth, peralatan, bahan awal

Omzet Per Hari (rata-rata)	250.000	Rentang Rp200.000–Rp300.000
Omzet Per Bulan (est.)	7.000.000	28 hari operasional
HPP / Belanja Harian (rata-rata)	3.500.000	Rp100.000–Rp150.000/hari × 28
Laba Bersih Per Bulan (est.)	1.960.000	Rp50.000–Rp70.000/hari × 28
ROI (Laba Bersih/Modal × 100%)	10,32%	Per bulan (kumulatif sejak berdiri)

Nilai ROI sebesar 10,32% per bulan menunjukkan bahwa usaha ini secara finansial masih dalam kondisi yang layak dan menghasilkan keuntungan positif, meskipun belum optimal. Rendahnya ROI Mibiay.Booth terutama disebabkan oleh tiga faktor: pertama, tidak adanya penetapan harga berbasis kalkulasi HPP yang sistematis. Kedua, pemborosan stok pada produk tusuk-tusukan yang tidak selalu habis terjual setiap hari, dan ketiga, belum dioptimalkannya potensi pendapatan melalui kanal digital seperti platform pesan antar (GoFood atau ShopeeFood). Pemilik sendiri mengakui bahwa pendapatan harian sangat fluktuatif yang berkisar antara Rp200.000 di hari sepi hingga Rp700.000–Rp1.000.000 pada momen-momen khusus seperti malam Minggu atau hari-hari ada acara lingkungan. Fluktuasi ini mencerminkan ketergantungan yang tinggi terhadap faktor eksternal tanpa adanya mekanisme perataan pendapatan yang terencana.

Evaluasi kinerja non-finansial berbasis *Balanced Scorecard*

Evaluasi kinerja non-finansial dilakukan berdasarkan tiga perspektif BSC, yakni perspektif pelanggan, perspektif proses bisnis internal, serta perspektif pembelajaran dan pertumbuhan.

Perspektif pelanggan. Dari sisi pelanggan, Mibiay.Booth memiliki keunggulan kompetitif yang nyata, yaitu jam operasional hingga tengah malam yang menjadi satu-satunya booth di kawasan Selumit Pantai RT 12 dengan layanan hingga pukul 24.00 WITA. Keunggulan ini dikombinasikan dengan harga yang sangat terjangkau (Rp5.000–Rp10.000 per item) menjadikan usaha ini pilihan utama bagi warga sekitar. Pemilik memperkirakan tingkat retensi pelanggan mencapai sekitar 80%, yang tergolong tinggi

untuk skala UMKM mikro. Namun demikian, terdapat kelemahan pada aspek pengelolaan keluhan yang masih bersifat informal dan tidak terdokumentasi. Komplain mengenai rasa es teh yang kurang segar pernah terjadi, dan pemilik telah merespons dengan menerapkan sistem produksi teh segar setiap hari dimana merupakah sebuah perbaikan proses yang positif.

Perspektif proses bisnis internal. Pada perspektif proses bisnis internal, evaluasi dilakukan melalui observasi langsung terhadap alur operasional usaha. Hasil observasi mengidentifikasi bahwa Mibiay.Booth belum memiliki standar operasional prosedur (SOP) yang terdokumentasi, baik untuk proses produksi maupun penyajian. Waktu penyajian rata-rata berkisar 1–5 menit per pelanggan, dan persiapan booth sebelum buka membutuhkan waktu sekitar 30 menit. Namun demikian, ditemukan kelemahan signifikan pada manajemen stok. Pemilik mengakui bahwa kehabisan stok terutama gelas kemasan terjadi dengan frekuensi yang cukup sering. Kejadian ini berpotensi menyebabkan hilangnya penjualan dan menurunkan kepuasan pelanggan secara langsung. Di sisi lain, pembelian bahan baku dilakukan secara harian dan reaktif berdasarkan perkiraan, tanpa adanya catatan historis penjualan per produk yang dapat dijadikan basis perencanaan. Produk tusuk-tusukan juga kerap mengalami sisa yang terbuang akibat tidak habis terjual, menandakan adanya inefisiensi dalam pengelolaan produk perishable. Selain itu, pemilik mengakui bahwa hampir seluruh produk dibuat tanpa standar takaran baku, kecuali untuk risol. Kondisi ini merupakan hambatan struktural yang dapat membatasi pertumbuhan usaha dalam jangka menengah.

Perspektif pembelajaran dan pertumbuhan. Pada perspektif ini, ditemukan bahwa pemilik usaha belum pernah mengikuti pelatihan formal dalam bidang usaha, memasak, maupun manajemen. Kemudian, karyawan dilatih secara informal sebelum mulai bekerja termasuk panduan takaran minuman, tidak ada kurikulum pelatihan yang terdokumentasi. Mibiay.Booth telah memiliki akun Instagram (@mibiay.booth), namun belum terdaftar di platform pesan antar daring seperti GoFood atau ShopeeFood, sehingga jangkauan pasar masih sangat terbatas pada pelanggan berbasis lokasi.

Penyusunan rekomendasi *Balanced Scorecard* Mibiay.Booth

Berdasarkan temuan dari kedua tahap analisis di atas, tim pengabdian menyusun tabel BSC yang memuat sasaran strategis, indikator kinerja utama (KPI), target terukur, serta inisiatif konkret yang dapat ditindaklanjuti oleh mitra. Penyusunan BSC dilakukan secara kolaboratif melalui sesi diskusi dengan pemilik usaha untuk memastikan relevansi dan keterlaksanaannya. Tabel BSC Mibiay.Booth disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Rekomendasi *Balanced Scorecard* Mibiay.Booth

Perspektif	Sasaran Strategis	Indikator Kinerja Utama (KPI)	Target	Inisiatif
Keuangan	Meningkatkan profitabilitas usaha	*Return on Investment* (ROI) bulanan	≥ 15%	Diversifikasi menu premium, pengendalian biaya bahan baku
	Memperpendek periode balik modal	Payback period	≤ 6 bulan	Penetapan harga berbasis biaya, promosi paket bundling
	Menjaga arus kas yang sehat	Buku kas bulanan	100% tertib dicatat	Penerapan pembukuan sederhana berbasis aplikasi (mis. BukuKas)
Pelanggan	Meningkatkan kepuasan pelanggan	Rating kepuasan pelanggan	≥ 4,5 (skala 1–5)	Program layanan ramah, peningkatan konsistensi cita rasa
	Memperluas jangkauan pelanggan	Jumlah pelanggan baru per bulan	+10 pelanggan/bulan	Promosi melalui media sosial

				(WhatsApp, Instagram)
	Mempertahankan pelanggan loyal	Tingkat retensi pelanggan tetap	≥ 85%	Kartu langganan, seperti diskon pembelian ke-10
Proses Bisnis Internal	Menjaga kualitas dan keamanan produk	Tingkat keluhan produk per bulan	0 keluhan	SOP pengecekan kesegaran bahan, prosedur kebersihan harian
	Inovasi produk secara berkala	Jumlah menu baru per kuartal	≥ 2 menu/kuartal	Survei selera pelanggan, uji coba menu baru berdasarkan tren kuliner lokal
Pembelajaran dan Pertumbuhan	Meningkatkan kompetensi pemilik	Jumlah pelatihan/seminar yang diikuti per tahun	≥ 2 kali/tahun	Mengikuti pelatihan UMKM dari Dinas Koperasi/ webinar digital marketing

	Membangun jaringan usaha	Jumlah mitra/supplier aktif	≥ 3 mitra	Menjalin kemitraan dengan pemasok bahan baku lokal; bergabung komunitas UMKM Tarakan

Tabel BSC di atas menetapkan empat perspektif strategis yang saling terhubung dan mendukung satu sama lain. Pada perspektif keuangan, target ROI bulanan ditetapkan minimal 15% dengan inisiatif diversifikasi produk bernilai jual lebih tinggi serta penerapan pencatatan keuangan berbasis aplikasi digital. Pada perspektif pelanggan, target retensi pelanggan ditetapkan minimal 85% yang dicapai melalui program loyalitas sederhana dan optimalisasi media sosial. Pada perspektif proses bisnis internal, frekuensi kehabisan stok kritis ditekan menjadi maksimal dua kali per bulan melalui penerapan SOP manajemen stok harian. Terakhir, pada perspektif pembelajaran dan pertumbuhan, pemilik ditargetkan mengikuti minimal satu pelatihan per kuartal disertai pendaftaran dan aktif di platform pesan antar daring. Kerangka BSC ini selaras dengan hasil penelitian Wiratha et al. (2023b) yang membuktikan bahwa penerapan *strategy map* berbasis BSC mampu mendukung keberlanjutan UMKM secara signifikan, terutama ketika sasaran strategis disusun berdasarkan kondisi aktual mitra.



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan

Analisis komparatif kondisi mitra sebelum dan sesudah program

Untuk mengukur dampak kegiatan pengabdian ini secara lebih terstruktur, dilakukan

analisis komparatif kondisi Mibiay.Booth sebelum dan sesudah pelaksanaan program. Perbandingan kondisi tersebut disajikan secara ringkas pada Tabel 4.

Tabel 4. Analisis Komparatif Kondisi Mitra Sebelum dan Sesudah Program

Aspek	Sebelum Program	Setelah Program
Pengukuran Kinerja	Tidak ada sistem terstruktur	Tabel BSC dengan 4 perspektif dan KPI terukur
Analisis Keuangan	Tidak diketahui tingkat profitabilitasnya	ROI teridentifikasi ±10,32%/bulan; potensi peningkatan dipetakan
Manajemen Stok	Reaktif; sering kehabisan gelas dan stok	Rekomendasi SOP stok harian & buffer stock
Pemasaran Digital	Belum melanjutkan plaffrom/marketplace secara aktif	Strategi konten dan pendaftaran platform delivery direkomendasikan

Perbandingan pada Tabel 4 menunjukkan bahwa program pengabdian ini telah memberikan transformasi yang bermakna dari pengelolaan usaha yang sepenuhnya bersifat intuitif dan reaktif menuju pendekatan yang lebih terstruktur dan berbasis data.

Dampak, faktor pendorong, dan faktor penghambat program

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini didukung oleh beberapa faktor pendorong yang signifikan. Pertama, keterbukaan dan kejujuran pemilik dalam menyampaikan data keuangan dan operasional. Kedua, usaha ini telah beroperasi cukup lama (lebih dari dua tahun) sehingga memiliki pola operasional yang relatif stabil sebagai dasar analisis. Ketiga, pemilik memiliki motivasi untuk mempertahankan keberlangsungan usaha, yang terlihat dari komitmennya dalam merespons komplain pelanggan secara langsung, misalnya keputusan mengganti sistem produksi teh menjadi fresh daily setelah mendapat keluhan.

Di sisi lain, terdapat beberapa faktor yang dapat menghambat pengembangan usaha. Pertama, literasi keuangan pemilik masih terbatas sehingga data yang tersedia belum didukung oleh pencatatan akuntansi yang memadai dan sebagian besar masih

berdasarkan estimasi. Oleh karena itu, nilai ROI yang diperoleh dalam penelitian ini merupakan hasil perhitungan berdasarkan pendekatan terbaik dari data yang tersedia. Kedua, orientasi usaha yang cenderung berfokus pada keberlangsungan jangka pendek, sebagaimana tercermin dari tujuan pemilik agar usaha tetap berjalan dan tidak mengalami penutupan, dapat menjadi kendala dalam penerapan strategi yang membutuhkan investasi waktu maupun sumber daya dalam jangka panjang. Ketiga, keterbatasan teknologi serta infrastruktur digital di lokasi usaha juga menjadi hambatan dalam penerapan solusi berbasis digital. Temuan ini sejalan dengan penelitian Aftitah dkk. (2024) yang menyatakan bahwa rendahnya literasi digital dan orientasi usaha yang berfokus pada jangka pendek merupakan faktor utama yang menghambat adopsi praktik manajemen modern pada UMKM di Indonesia.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah berhasil memenuhi ketiga rumusan masalah yang ditetapkan: (1) kinerja finansial Mibiay.Booth terdiagnosis melalui perhitungan ROI sebesar ±10,32% per bulan dengan potensi peningkatan yang jelas terpetakan, (2) kinerja non-finansial teridentifikasi melalui tiga perspektif BSC dengan temuan-temuan spesifik yang dapat ditindaklanjuti, dan (3) kerangka BSC komprehensif telah disusun dan dikomunikasikan kepada mitra sebagai panduan peningkatan kinerja yang berkelanjutan.

PENUTUP

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Mibiay.Booth, Tarakan, yang dilaksanakan pada 5 Juni 2026 telah berhasil menjawab seluruh rumusan masalah yang ditetapkan. Analisis Return on Investment (ROI) mengungkapkan profitabilitas usaha sebesar ±10,32% per bulan—kondisi layak namun belum optimal akibat ketiadaan penetapan harga berbasis HPP dan belum dimanfaatkannya kanal digital. Evaluasi kinerja non-finansial melalui tiga perspektif Balanced Scorecard mengidentifikasi kelemahan pada manajemen stok, standarisasi produk, dan pencatatan keuangan yang selama ini tidak terdeteksi. Sebagai solusi, tim menyusun dokumen BSC lengkap beserta KPI dan inisiatif konkret yang telah disepakati bersama mitra. Dampak nyata program mencakup pemahaman pertama pemilik atas angka profitabilitas usahanya serta tersedianya panduan kinerja jangka panjang. Program ini didukung oleh keterbukaan pemilik dan stabilitas operasional usaha, namun terhambat oleh keterbatasan literasi keuangan,

orientasi usaha yang jangka pendek, dan minimnya infrastruktur digital di lokasi—faktor-faktor yang perlu menjadi perhatian dalam program pendampingan selanjutnya. Berdasarkan analisis keunggulan dan kelemahan program, pengabdi selanjutnya disarankan untuk: pertama, merancang pendampingan implementasi BSC secara berkala guna memastikan dokumen yang telah disusun benar-benar diterapkan dan tidak berhenti sebatas rekomendasi. Kedua, menyelenggarakan pelatihan teknis hands-on yang mencakup penggunaan aplikasi kasir digital dan pendaftaran platform pesan antar hingga akun aktif menerima pesanan, mengingat hal ini belum tercapai dalam program saat ini. ketiga, mengintegrasikan edukasi literasi keuangan dasar yang meliputi pemahaman HPP, laba kotor, dan laba bersih sebagai prasyarat sebelum masuk ke kerangka BSC agar mitra mampu menginternalisasi rekomendasi secara mandiri. Terahir, membangun kolaborasi dengan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Tarakan serta komunitas UMKM lokal untuk menjamin keberlanjutan program pemberdayaan melampaui batas waktu kegiatan akademik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdi mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pemilik dan karyawan Mibiay.Booth, Umi Devina Zulfaini atas keterbukaan, kepercayaan, dan partisipasi aktif selama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Universitas Borneo Tarakan yang telah memberikan wadah dan dukungan akademik bagi terlaksananya kegiatan pengabdian ini. Semoga program ini memberikan manfaat nyata dan berkelanjutan bagi pengembangan usaha Mibiay.Booth serta menjadi kontribusi kecil bagi penguatan UMKM kuliner di Kota Tarakan, Kalimantan Utara.

DAFTAR PUSTAKA

Aftitah, F. N., K, J. L., Hasanah, K., Lailatul, N., Bina, U., & Informatika, S. (2025). *Pengaruh UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Pada Tahun 2023 Pemerintah mendukung UMKM melalui program seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), meskipun penyalurannya tahun 2023 belum memenuhi target . UMKM kini terus*. *3*, 32–43.

Alimudin, A., Falani, A. Z., Mudjanarko, S. W., & Limantara, A. D. (2019). *Analisis Pengaruh Penerapan Perspektif Balanced Scorecard Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM*. *4*(1), 1–17.

Almas, S., Pupita, D., & Anies, L. (2023). IMPLEMENTANSI BALANCED SCORECARD SEBAGAI ALAT UKUR PENILAIAN KINERJA UMKM PUTIH TELUR JOGJA (SINAR SENTOSA). *Keunis Journal*, *11*(2), 197–202. https://doi.org/https://jurnal.polines.ac.id/index.php/keunis

Almas, S., Puspita, D., & Lastiati, A. (2023). IMPLEMENTANSI BALANCED SCORECARD SEBAGAI ALAT UKUR PENILAIAN KINERJA UMKM PUTIH TELUR JOGJA (SINAR SENTOSA). *KEUNIS*, *11*(2), 197. https://doi.org/10.32497/keunis.v11i2.4295

April, N., Salsabila, P., Lubis, I., & Salsabila, R. (2024). *Peran UMKM (Usaha Mikro , Kecil , Dan Menengah) Dalam Meningkatkan Pembangunan Ekonomi Di Indonesia*. *2*(3).

Hapsari, Y. A., Apriyanti, P., Hermiyanto, A., & Rozi, F. (2024). *Analisa Peran UMKM Terhadap Perkembangan Ekonomi di Indonesia*. (4).

Nugrahayu, E. R. (2015). *PENERAPAN METODE BALANCED SCORECARD SEBAGAI TOLOK UKUR PENGUKURAN KINERJA PERUSAHAAN Erika Ributari Nugrahayu*. *4*(10).

Rahmi, M. (2017). *USAHA UMKM KULINER*. *1*(1), 5–14.

Shirty, P., Mawuntu, T., & Aotama, C. (2022). *Pengukuran Kinerja UMKM Berdasarkan Key Performance Indicators (KPI) Metode Balanced Scorecard*. *21*(April), 72–83.

Wiratha, A., Kemalasari, N., & Lubis, M. Z. M. (2023a). *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis Sistem Pengendalian Manajemen dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Perusahaan dengan Metode Balance Scorecard*. *5*, 469–474. https://doi.org/10.37034/infeb.v5i2.560

Wiratha, A., Kemalasari, N., & Lubis, M. Z. M. (2023b). Sistem Pengendalian Manajemen dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Perusahaan dengan Metode Balance Scorecard. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 469–474. https://doi.org/10.37034/infeb.v5i2.560