

**LAPORAN AKHIR
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT YANG DIAJUKAN
KE LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA
MASYARAKAT**



**PENGUKURAN KINERJA UMKM DENGAN MENGGUNAKAN
*KEY PERFORMANCE INDICATOR***

Diusulkan oleh:

Ketua Tim

Agustin Ekadjaja, S.E., M.Si, Ak, CA (0318087402/10197044)

Anggota:

Margarita Ekadjaja, S.E., M.M. (0311037801/10103032)

Halim Putera Siswanto, S.E., M.M. (0325077901/10107001)

PROGRAM STUDI AKUNTANSI DAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
JULI 2020

RINGKASAN

Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah mengukur tingkat pertumbuhan usaha dan posisi keunggulan bersaing dengan cara menghitung tingkat pencapaian hasil usaha saat ini dan tren terhadap keberhasilan Key Performance Indicator atas produk Batik merk 20 Ikan Mas di Jakarta. Dasar pelaksanaan kegiatan ini adalah karena semakin berkejolaknya krisis ekonomi dan persaingan dagang yang mendorong unit usaha mikro Batik 20 Ikan Mas untuk memperluas pangsa pasarnya sehingga memerlukan tambahan tenaga kerja pemasar. Semakin banyaknya tenaga kerja pemasar menyebabkan Batik 20 Ikan Mas membutuhkan Key Performance Indicator untuk mengukur kinerja kegiatan usahanya. Metode yang digunakan berupa pelatihan menentukan Key Performance Indicator, dimana masing-masing indikator kinerja tersebut harus dikaitkan dengan tujuan, strategi, dan sasaran unit usaha mikro Batik 20 Ikan Mas dalam mencapai tingkat pertumbuhan tertentu dan memperoleh keunggulan bersaing. Selanjutnya dilakukan pendampingan dalam mengukur dan mengevaluasi efektivitas dari indikator kinerja yang ditentukan. Target yang diharapkan, yaitu adanya luaran berupa data indikator kinerja yang akan diukur. Sehingga dengan adanya luaran tersebut UMKM Batik 20 Ikan Mas dapat mengukur kinerja usahanya dan menemukan area yang membutuhkan peningkatan atau perbaikan.

Luaran kegiatan PKM ini berupa modul dan artikel. Modul berisi mengenai pengukuran kinerja UMKM dengan indikator *key performance indicator*. Modul tersebut akan digunakan dalam memberikan workshop pada UMKM Batik 20 Ikan Mas. Tujuan pembuatan modul ini sebagai pedoman bagi Batik 20 Ikan Mas dalam mengukur kinerja kegiatan usahanya. Sedangkan artikel berisi mengenai hasil pelatihan dan diskusi dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Artikel tersebut akan dipublikasikan dengan tujuan menambah wawasan masyarakat mengenai kinerja.

Kata kunci: Usaha mikro; Key Performance Indicator; kinerja; keunggulan bersaing

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Periode 1/Tahun 2020

1. Judul : Pengukuran Kinerja UMKM Menggunakan
Key Performance Indicator
2. Nama Mitra PKM : Batik 20 Ikan Mas
3. Ketua Tim PKM
- a. Nama dan gelar : Agustin Ekadjaja, SE, M.Si, Ak, CA
 - b. NIDN/NIK : 0318087402/10197044
 - c. Jabatan/gol. : Lektor Kepala/D1-30
 - d. Program Studi : Akuntansi
 - e. Fakultas : Ekonomi
 - f. Bidang Keahlian : Akuntansi Keuangan
 - g. Alamat Kantor : Jalan Tanjung Duren Utara 1 No.1
 - h. Nomor HP/Telepon : 08161133248
4. Anggota Tim PKM (Dosen)
- a. Jumlah anggota : Dosen 2 orang
 - b. Nama anggota 1/Keahlian : Margarita Ekadjaja, SE, MM NIDN 0311037801/
NIK 10103032/Manajemen Keuangan
 - c. Nama anggota 2/Keahlian : Halim Putera Siswanto NIDN 0325077901/
NIK 10107001/Manajemen Keuangan
5. Anggota Tim PKM (Mahasiswa) : Mahasiswa 1 orang
- a. Nama Mahasiswa dan NIM : Aldo Leo Handoko NIM : 115170270
6. Lokasi Kegiatan Mitra :
- a. Wilayah mitra : Jl. Kubur Islam No 24, Kebayoran Lama
 - b. Kabupaten/kota : Jakarta Selatan
 - c. Provinsi : DKI Jakarta
 - d. Jarak PT ke lokasi mitra : 12,7 km
7. Luaran yang dihasilkan : modul dan artikel
8. Jangka Waktu Pelaksanaan : Periode 1 (Januari-Juni) / ~~Periode 2 (Juli-
Desember)~~
9. Biaya yang disetujui LPPM : Rp 8.500.000


Jakarta, 23 Juli 2020

Mengetahui,
Dekan Fakultas



Dr. Sawidji Widoatmodjo, SE, MM, MBA
NIDN/NIK: 0301126203/10191085

Ketua



Agustin Ekadjaja, SE, M.Si, Ak, CA
NIDN/NIK: 0318087402/10197044

Menyetujui
Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat



Jap Tji Beng, Ph.D
NIDN/NIK: 0323085501/10381047

PRAKATA

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di UMKM Batik 20 Ikan Mas berjalan dengan lancar, sehingga kami dapat menyelesaikan laporan pertanggungjawaban kegiatan PKM ini tepat pada waktu yang telah di tentukan.

Kami selaku tim PKM menyadari bahwa terlaksananya ini berkat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, kami ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada LPPM (Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat) Universitas Tarumanagara, teman-teman dan Bapak/Ibu dosen yang telah membantu dan membimbing baik dalam menyusun proposal, menyusun modul, dan memberikan pelatihan serta simulasi sehingga kegiatan PKM di UMKM Batik 20 Ikan Mas berjalan sangat baik .

Laporan pertanggungjawaban ini dibuat dengan tujuan melaporkan semua kegiatan baik acara maupun biaya yang dikeluarkan telah sesuai dengan proposal yang diajukan. Selain itu laporan pertanggungjawaban ini juga dapat digunakan sebagai pedoman untuk menyusun proposal kegiatan PKM selanjutnya dan hal-hal yang harus diperbaiki.

Kami selaku tim PKM menyadari sepenuhnya laporan pertanggungjawaban yang telah dibuat masih terdapat ketidaksempurnaan baik dalam hal tata bahasa maupun beberapa kegiatan yang harus diperbaiki. Oleh karena itu, saran dan kritik yang bersifat membangun sangat kami harapkan.

Atas perhatian dan kerjasamanya, kami mengucapkan banyak terima kasih.

Jakarta, Juni 2020

Ketua Tim Pelaksana,



Agustin Ekadjaja,SE,MSi,Ak,CA

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
RINGKASAN.....	ii
PRAKATA.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR LAMPIRAN.....	v
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Analisis Situasi.....	1
1.2. Permasalahan Mitra	6
BAB II. SOLUSI PERMASALAHAN DAN LUARAN	
2.1. Solusi Permasalahan	7
2.2. Luaran	10
BAB III. METODE PELAKSANAAN	
3.1. Tahapan Kegiatan PKM	12
3.2. Partisipasi Mitra.....	13
BAB IV. HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI	
4.1. Hasil Kegiatan PKM.....	17
4.2. Luaran yang Dicapai	21
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	22
5.2. Saran	22
DAFTAR PUSTAKA	23

DAFTAR LAMPIRAN

1. Materi yang disampaikan	24
2. Foto dan Video.....	43
3. Luaran yang dihasilkan.....	44

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Analisis Situasi

Unit Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan kegiatan suatu usaha masyarakat yang memiliki keterbatasan dalam modal akan tetapi UMKM juta merupakan salah satu penggerak ekonomi di Indonesia terutama dalam hal penyerapan tenaga kerja dan menjadi penyeimbang dan penggerak perekonomian di Indonesia. Peran UMKM dalam perekonomian adalah sebagai pendukung unit usaha yang lebih besar sebagai penyedia bahan baku, peralatan pendukung, dan sebagai UMKM juga berperan dalam penyedia jasa. Berdasarkan UU No 20/2008, kegiatan UMKM di Indonesia dikelompokkan sebagai berikut :

- 1). Usaha Mikro, merupakan kegiatan bisnis produktif yang dimiliki perseorangan dengan maksimum modal usaha adalah Rp 50.000.000 dan total penjualan setahun adalah Rp 300.000.000.
- 2). Usaha Kecil, merupakan kegiatan bisnis produktif yang dimiliki perseorangan dan atau merupakan unit usaha yang bukan merupakan bagaian, cabang atau anak usaha dari perusahaan lain. Modal yang dimiliki dari unit usaha ini Rp 50.000.000-Rp 500.000.000 (diluar harta yang dimiliki seperti tanah dan bangunan) dengan nilai penjualan setahun Rp 300.000.000-Rp 2.500.000.000.
- 3). Usaha Menengah, merupakan kegiatan bisnis produktif yang dimiliki perseorangan dan atau merupakan unit usaha yang bukan merupakan bagaian, cabang atau anak usaha dari perusahaan lain. Modal yang dimiliki dari unit usaha ini Rp 500.000.000-Rp 10.000.000.000 (diluar harta yang dimiliki seperti tanah dan bangunan) dengan nilai penjualan setahun Rp 2.500.000.000-Rp 50.000.000.000.

(Sarwono, 2015) mengkategorikan UMKM menurut banyaknya tenaga kerja, modal, dan penjualan setahun sebagai berikut :

- 1).Unit usaha mikro, merupakan kegiatan bisnis mikro dengan banyaknya tenaga kerja maksimal 10 orang serta total modal dan penjualan setahun <USD 100 ribu.
- 2). Unit usaha kecil, merupakan kegiatan bisnis usaha kecil dengan banyaknya tenaga kerja maksimal 30 orang serta total modal dan penjualan setahun <USD 3.000.000.
- 3). Unit usaha menengah, merupakan kegiatan bisnis usaha kecil dengan banyaknya tenaga kerja maksimal 300 orang serta total modal dan penjualan setahun <USD 15.000.000.

Menurut (Suci, Tinggi, & Ekonomi, 2017), UMKM dikategorikan :

- 1). UMKM bidang perdagangan (retail, grosir, dan sejenisnya)
- 2). UMKM bidang manufaktur (UMKM yang melakukan pengolahan bahan mentah menjadi bahan baku, UMKM yang melakukan pengolahan bahan baku menjadi bahan setengah jadi, UMKM yang melakukan pengolahan bahan setengah jadi menjadi produk siap dijual).
- 3). UMKM bidang jasa (UMKM edukasi, UMKM biro travel, UMKM tata boga, dan sejenisnya)
- 4). UMKM bidang agraria (UMKM perkebunan, UMKM pertanian, dan UMKM perikanan).
- 5).UMKM bidang ekstratif (UMKM penebangan dan pengolahan kayu, UMKM pertambangan).

Secara sederhana, proses bisnis dalam perusahaan UMKM terdiri atas aktivitas berikut (Sudaryanto, Ragimun, & Wijayanti, 2014) :

- 1). UMKM yang melakukan proses inti, dalam hal ini UMKM melakukan kegiatan yang meliputi : perencanaan produk atau jasa, proses produksi, proses pemasaran, proses penjualan produk, proses penyampaian produk kepada pelanggan, dan layanan pelanggan.
- 2). UMKM yang melakukan proses pendukung, dimana kegiatan yang dilakukan UMKM meliputi : pengelolaan legalitas perusahaan, pengelolaan keuangan, pengelolaan sumber daya manusia, dan kehumasan.

Keberhasilan atau kesuksesan bisnis biasanya dinyatakan sebagai kinerja dari bisnis tersebut. Menurut (Dhamayantie & Fauzan, 2017), kinerja adalah pencapaian hasil kerja seseorang atau sekelompok orang dalam organisasi dalam suatu periode waktu tertentu, sesuai dengan lingkup wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya mencapai tujuan organisasi, yang dilakukan secara legal, tidak melanggar hukum, dan sesuai dengan moral dan etika.

Dalam mengukur kinerja Unit Usaha Mikro Menengah (UMKM) dengan tepat diperlukan pengumpulan, analisis, dan pelaporan hasil olah data terkait dengan hasil usaha dan hasil unjuk kerja karyawan selama periode tertentu. Ketepatan dalam mengukur hasil kinerja diperlukan adanya penetapan indikator kinerja yang relevan sesuai dengan misi strategik unit usaha. Indikator kinerja adalah ukuran kuantitatif dan/atau kualitatif yang menggambarkan tingkat pencapaian sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya. Menurut (Kristiyanti, 2016) indikator kinerja terdiri atas : Indikator yang mengukur kinerja hasil (*result indicator*) dan Indikator yang mengukur kinerja proses (*performance indicator*).

Menurut (Gunartin, 2017) bahwa salah satu dari penyebab kegagalan utama bisnis berskala kecil adalah manajemen finansial yang buruk, akuntansi yang buruk, dan kurangnya pengalaman manajemen. Apabila perusahaan menerapkan manajemen kinerja, maka kinerja finansial perusahaan akan turut termonitor sehingga kinerja bisnis dapat terkelola dengan baik dan akan mendorong bisnis untuk berkembang pesat dan meraih kesuksesan.

Agar pengukuran kinerja dapat dilaksanakan dengan tepat, perusahaan perlu menetapkan indikator kinerja yang relevan. Menurut (Wang & He, 2012) *Key Performance Indicator* (KPI) merupakan serangkaian indikator utama dari suatu kinerja yang kuantitatif dan kualitatif sesuai target yang ditetapkan.

Mitra Batik 20 Ikan Mas merupakan UMKM yang termasuk dalam skala mikro dan bergerak dalam bidang manufaktur produk batik cetak. Batik 20 Ikan Mas merupakan usaha batik secara turun temurun. Penjualan batik cetak saat ini hanyalah berasal dari pesanan pelanggan lama. Saat ini, produk batik cetak buatan Batik 20 Ikan Mas dijual oleh pelanggan tersebut ke Bali. Dalam pengukuran kinerja UMKM Batik 20 Ikan Mas hanya membandingkan laba bersih dengan total penjualan bersih tiap tahunnya. Dengan semakin bergejolaknya krisis ekonomi dan persaingan dagang, menyebabkan penjualan Batik 20 Ikan Mas ini sepi dan cenderung menurun. Hal ini yang mendorong UMKM Batik 20 Ikan Mas untuk memperluas pangsa pasarnya sehingga memerlukan tambahan tenaga kerja pemasar. Semakin banyaknya tenaga kerja pemasar menyebabkan UMKM Batik 20 Ikan Mas membutuhkan *Key Performance Indicator* untuk mengukur kinerja kegiatan usahanya.



Gambar 1.1. Salah satu alat tradisional yang digunakan Batik 20 Ikan Mas
Pada Gambar 1.1. terlihat alat tradisional yang digunakan Batik 20 Ikan Mas untuk mencetak. Setelah dicetak baru dilakukan pencelupan sesuai warna pesananan pelanggan.



Gambar 1.2. Hasil Produk Batik Cetak 20 Ikan Mas

Pada Gambar 1.2 terlihat salah satu hasil produk batik cetak 20 Ikan Mas berwarna biru yang merupakan salah satu warna kegemaran pembeli masyarakat di Bali



Gambar 1.3. Program Pemerintah Memajukan UMKM

Pada Gambar 1.3 menunjukkan salah satu program pemerintah dalam memajukan UMKM. Hal ini yang mendorong Batik 20 Ikan Mas untuk memperluas pangsa pasar penjualannya.

Menurut (Wang & He, 2012) eksekusi dari bisnis proses adalah manajemen proses tersebut untuk penyatuan tujuan, sistem, proses, informasi dan tenaga kerja. Sistem evaluasi *Key Performance Indicator* ditambahkan dalam kerangka kerja informasi organisasi yang dapat merubah struktur dinamika dari proses bisnis dengan cepat, sehingga *Key Performance Indicator* dibuat untuk memenuhi perubahan permintaan pasar yang berubah dengan cepat.

1.2. Permasalahan Mitra

Permasalahan yang utama dihadapi oleh Batik 20 Ikan Mas adalah menurunnya jumlah penjualan karena krisis dan persaingan. Solusi yang diambil oleh pimpinan Batik 20 Ikan mas adalah memperluas pangsa pasar baru, untuk itu dibutuhkan tenaga pemasar tambahan, masalah selanjutnya adalah bagaimana mengukur efektifitas tenaga kerja tambahan dan mengetahui kinerja para tenaga kerja pemasaran dalam mencapai tujuan perusahaan.

Tim PKM membantu mengarahkan mitra Batik 20 Ikan Mas dalam mengukur kinerja tenaga pemasaran dan pencapaian target perusahaan.

Tujuan umum dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah membantu UMKM Batik 20 Ikan Mas menentukan *Key Performance Indicator* (KPI) dalam rangka peningkatan kinerja kegiatan usaha.

Tujuan khusus dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah :

1. Menjamin pencapaian sasaran dan tujuan organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya yaitu meningkatkan penjualan melalui perluasan pangsa pasar.
2. Mengidentifikasi berbagai kelemahan yang ada di organisasi.
3. Menentukan tindakan pencegahan atau tindakan koreksi terhadap proses bisnis organisasi untuk menghindari kesalahan lebih besar yang dapat merugikan organisasi, baik dari segi waktu maupun biaya.
4. Mendekatkan pihak manajemen dengan karyawan perusahaan.

BAB II

SOLUSI PERMASALAHAN DAN LUARAN

2.1. Solusi Permasalahan

Pengukuran kinerja dapat dilaksanakan dengan tepat jika perusahaan telah menetapkan indikator kinerja yang relevan dengan visi misi, rencana strategis perusahaan. Dalam menentukan indikator kinerja sebaiknya menggunakan ukuran-ukuran yang dapat dengan mudah dicari datanya, untuk diolah dan dianalisis secara wajar.

Menurut (Wang & He, 2012) *Key Performance Indicator* (KPI) merupakan serangkaian indikator kinerja penting yang bersifat terukur dan memberikan informasi sejauh mana sasaran strategis perusahaan sudah berhasil dicapai. Dalam menetapkan sebuah Indikator Kinerja sebagai KPI, Indikator Kinerja tersebut harus memenuhi kriteria SMART-C sebagai berikut :

Spesifik, merupakan indikator kinerja harus didefinisikan secara spesifik.

Measurable, dimana kinerja harus dapat diukur.

Achievable, dimana kriteria dalam menentukan sasaran yang ditetapkan untuk indikator kinerja harus masuk akal dan memungkinkan untuk dicapai.

Relevant, dimana indikator kinerja yang dipilih sesuai dengan lingkup bisnis dan aktivitas/proses bisnis organisasi terkait.

Time Bound, dimana adanya Batasan waktu yang jelas dalam pencapaian sasaran indikator kinerja.

Challenging, dimana sasaran/target indikator kinerja yang ditetapkan merupakan peningkatan dari pencapaian periode sebelumnya dan menjadi tantangan manajemen untuk meningkatkan kinerja organisasi.

Pada mitra Batik 20 Ikan Mas, tim PKM mengarahkan mitra dalam menentukan KPI dengan cara-cara sebagai berikut :

1. Berdasarkan tujuan strategis perusahaan, rencana kerja dan sasaran yang sudah ditetapkan dalam Kontrak Manajemen , identifikasikan seluruh data atau informasi yang relevan dengan keberhasilan pelaksana rencana strategis perusahaan.

2. Lakukan pembobotan KPI untuk menentukan prioritas KPI terhadap kinerja perusahaan secara keseluruhan.
3. Tetapkan sasaran/target KPI yang ingin dicapai, dengan memerhatikan sasaran yang telah dituangkan dalam Kontrak Manajemen.
4. Ditetapkan kerangka waktu berlakunya KPI tersebut
5. Proses pengukuran dan pelaporan kinerja dilakukan secara berkala

Setelah KPI ditentukan, langkah selanjutnya adalah menetapkan sasaran untuk masing-masing KPI. Sasaran pencapaian KPI umumnya diberikan secara kuantitatif, agar mudah untuk diukur dan dibandingkan. KPI yang telah ditetapkan indikator dan targetnya kemudian dituangkan dalam kontrak manajemen dan diformalkan dengan ditandatangani oleh Direktur atau pimpinan UMKM. Kontrak manajemen tersebut harus diperbaharui setiap tahunnya untuk disesuaikan dengan kondisi dan perkembangan perusahaan.

Tujuan umum dari *workshop* adalah membantu UMKM Batik 20 Ikan Mas dalam menentukan *Key Performance Indicator* (KPI) dalam rangka peningkatan kinerja kegiatan usaha.

Tujuan khusus dari *workshop* adalah :

1. Menjamin pencapaian sasaran dan tujuan organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya.
2. Mengidentifikasi berbagai kelemahan yang ada di organisasi.
3. Menentukan tindakan pencegahan atau tindakan koreksi terhadap proses bisnis organisasi untuk menghindari kesalahan lebih besar yang dapat merugikan organisasi, baik dari segi waktu maupun biaya.
4. Mengetahui apakah beban kerja terhadap divisi dan karyawan dalam organisasi telah sesuai atau tidak.
5. Mendekatkan pihak manajemen dengan karyawan perusahaan.

Pemantauan pencapaian KPI ini dapat berbeda-beda untuk masing-masing KPI, sesuai dengan kebutuhan. Data dan informasi pencapaian KPI organisasi dapat diperoleh dari laporan kinerja bulanan dan tahunan, laporan keuangan, survey kepuasan pelanggan. Hasil pencapaian kinerja kemudian ditampilkan dalam bentuk tabel yang memuat data jenis KPI, frekwensi pemantauan, bobot masing-masing KPI, satuan yang digunakan, target, dan pencapaian pada masing-masing KPI, satuan yang digunakan, target, pencapaian pada masing-masing triwulan, pencapaian.

Target dari kegiatan PKM ini adalah menentukan KPI yang akan digunakan untuk mengukur kinerja dan pencapaian target usaha mitra.

2.2. Luaran

Luaran kegiatan PKM ini berupa modul yang berisi mengenai Pengukuran Kinerja UMKM Dengan Indikator *Key Performance Indicator*. Modul tersebut akan digunakan dalam memberikan *workshop* pada UMKM Batik 20 Ikan Mas. Tujuan pembuatan modul ini sebagai pedoman bagi Batik 20 Ikan Mas dalam mengukur kinerja kegiatan usahanya. Modul ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat untuk para UMKM yang akan memperluas pangsa pasarnya.

Luaran lainnya berupa artikel yang akan dipublikasikan dalam seminar Senapenmas yang diselenggarakan oleh Universitas Tarumanagara pada tahun 2020. Dengan adanya publikasi ini maka dapat menambah wawasan para UMKM dalam mengukur kinerja usahanya berdasarkan *Key Performance Indicator* yang dibuatnya.

Target capaian dari *workshop* ini adalah *Key Performance Indicator* UMKM perluasan pangsa pasar UMKM Batik 20 Ikan Mas dapat tercapai dan UMKM Batik 20 Ikan Mas dapat menetapkan *Key Performance Indicator* (KPI) dalam mengukur kinerja kegiatan usahanya. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini juga mendukung pencangan UNTAR sebagai pusat kajian kewirausahaan dan inovasi bisnis, sekaligus memperkenalkan Universitas Tarumanagara (UNTAR) ke kalangan masyarakat.

BAB III

METODE PELAKSANAAN

3.1. Tahapan Kegiatan PKM

Dalam rangka membina dan mengembangkan wawasan Unit Mikro Kecil Menengah (UMKM) mengenai indikator *Key Performance Indicator* dalam rangka meningkatkan kinerja, maka metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dalam bentuk pelatihan dan pendampingan. Dikarenakan karena peraturan pemerintah untuk membatasi penularan virus covid 19, maka pelatihan dan pendampingan dilakukan secara online. Pembicara dalam *workshop* ini terdiri atas 4 orang dimana tiap pembicara membawa 1 topik materi *workshop* selama 120 menit dan pada akhir *workshop* akan diberikan angket dan test sebagai dasar pengukuran keberhasilan *workshop*.

Dalam rangka pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dapat berjalan dengan efektif dan efisien, maka dilakukan berbagai rapat yang terdiri atas rapat pendahuluan, rapat persiapan pelaksanaan, dan rapat evaluasi. Rapat pendahuluan merupakan rapat dengan notulen rapat mengenai masalah yang akan dibahas terkait dengan *workshop* yang diberikan, meminta persetujuan mitra, dan menentukan deskripsi pekerjaan masing-masing anggota tim.

Tahapan pelaksanaan *workshop* progam Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) terlihat pada Gambar 3.1. sebagai berikut :



Gambar 3.1. Tahapan pelaksanaan PKM

Berdasarkan Gambar 3.1. Tahapan Pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat (PKM) dibagi menjadi beberapa tahapan, meliputi :

Tahap Pertama : Melakukan studi mengenai masalah yang akan diberikan terkait *workshop* PKM.

Pada tahap ini, tim PKM mengadakan rapat pendahuluan untuk membahas tema kegiatan PKM yang akan dilakukan pada semester genap 2019/2020. Dalam rapat tersebut kami mengidentifikasi permasalahan pada UMKM Batik 20 Ikan Mas dan mendapatkan gagasan untuk memberikan pelatihan mengenai kegiatan edukasi penilaian kinerja menggunakan *Key Performance Indicator* (KPI) kepada UMKM Batik 20 Ikan Mas. Hasil rapat tersebut kami koordinasikan dengan pihak UMKM dan gagasan tersebut diterima dengan baik. Rapat pendahuluan membahas mengenai deskripsi pekerjaan masing-masing tim pelaksana PKM.

Rapat persiapan pelaksanaan PKM, meliputi rapat pembuatan materi ajar (modul) dan penyusunan susunan acara *workshop*. Rapat evaluasi, meliputi rapat pembuatan laporan dan penyusunan artikel yang siap dipublikasikan pada Seminar Pengabdian Masyarakat (SENAPENMAS) tahun 2020.

Tahap Kedua : Melakukan survei kepada mitra terkait dan membuat surat pernyataan kesediaan mitra untuk dibina.

Pada tahap ini tim melakukan survey kepada UMKM Batik 20 Ikan Mas untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi berkaitan dengan kinerja untuk mempersiapkan mencari solusi.

Tahap Ketiga : Mengajukan proposal

Pada tahap selanjutnya tim segera membuat proposal dan mengajukan dana untuk pelaksanaan kegiatan PKM ke Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Tarumanagara (LPPM UNTAR) sesuai dengan format dan batas waktu yang ditentukan.

Tahap Keempat: Melakukan persiapan pelaksanaan *workshop*.

Pada tahap ini tim melakukan persiapan untuk pelaksanaan *workshop* dengan mencari solusi dari permasalahan yang dihadapi mitra dan membuat modul.

Tahap Kelima : Melakukan *workshop* ke mitra.

Pada hari Sabtu, 09 Mei 2020, tim melakukan *workshop* secara online ke mitra Batik 20 Ikan Mas untuk membuat pelatihan dan memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi mitra. Pelaksanaan pelatihan dilakukan tepat waktu sesuai dengan jadwal acara yang ditentukan dan berjalan dengan baik.

Tahap Keenam : Membuat laporan akhir dan artikel untuk siap dipublikasikan.

Setelah pelaksanaan pelatihan selesai, tim melakukan evaluasi singkat dan segera menyusun laporan akhir kegiatan. Ketua tim melakukan *monev* untuk mempertanggungjawabkan kegiatan PKM dan menyerahkan laporan akhir. Tim juga menyusun artikel yang siap dipublikasikan.

Rapat persiapan pelaksanaan *workshop* diadakan meliputi rapat pembuatan modul dan rapat persiapan pelaksanaan *workshop*. Pada rapat pembuatan modul membahas mengenai kesiapan modul yang akan diberikan pada saat *workshop*, dimana modul tersebut berisi semua materi *workshop* dan merupakan peralatan penunjang yang digunakan dalam kegiatan *workshop* ini.

Rapat evaluasi pelaksanaan *workshop* merupakan rapat yang diadakan dalam rangka mengevaluasi hasil kegiatan dan *review* hal-hal yang harus dilakukan perbaikan guna pelaksanaan program kegiatan PKM selanjutnya. Hasil dari rapat evaluasi akan dirangkum guna membuat laporan akhir dan artikel yang siap untuk dipublikasikan.

3.2. Partisipasi Mitra

Partisipasi mitra dalam program PKM adalah ikut serta dalam berdiskusi, memberikan data-data historical, dan menyampaikan target yang hendak dicapai.

Dalam rangka membina dan mengembangkan wawasan UMKM Batik 20 Ikan Mas mengenai indikator *Key Performance Indicator* dalam rangka meningkatkan kinerja, maka kegiatan dalam pengabdian kepada masyarakat dilakukan berupa *workshop* dengan tatap muka secara *online* melalui aplikasi yang tersedia seperti zoom dan terbagi menjadi 3 sesi.

Terdapat dua kegiatan yang akan dilakukan yaitu:

1. Pembuatan modul *workshop* Penentuan *Key Performance Indicator* untuk meningkatkan kinerja UMKM Batik 20 Ikan Mas → disusun dalam bulan Februari s/d Maret 2020.

2. *Workshop* dan simulasi akan dilaksanakan pada:

Hari / Tgl : Sabtu, 09 Mei 2020

Waktu : Pk.11.00- selesai

Tempat : Batik 20 Ikan Mas

Acara : Pelatihan, Diskusi/simulasi

Berikut Foto-foto kegiatan, pada saat kami melakukan pelatihan dan pendampingan secara *online* kepada Batik 20 Ikan Mas menggunakan aplikasi zoom.



Gambar 3.1. Tim PKM memberikan pelatihan kepada mitra



Gambar 3.1. mendeskripsikan tim PKM memberikan pelatihan kepada mitra melalui aplikasi zoom. Materi pelatihan diberikan dalam bentuk video yang disertai dengan suara sehingga memudahkan dan menarik mitra Batik 20 Ikan Mas untuk memahami materi pelatihan. Setelah materi tersebut diberikan, maka tim memberikan simulasi membuat *Key Performance Indicator* sesuai yang disepakati dengan mitra.

Deskripsi pekerjaan masing-masing anggota tim, sebagai berikut :

Nama	Bidang Keahlian	Tugas dan Tanggung Jawab
Agustin Ekadjaja, S.E.,M.Si.,Ak.,CA (dosen)	Akuntansi Keuangan	Membuka acara dan memberikan <i>workshop</i> pada sesi 1, dengan topik Pengenalan <i>Key Performance Indicator</i> (KPI) dan Pencatatan akuntansi UMKM
Margarita Ekadjaja,SE,MM (dosen)	Manajemen Keuangan	Memberikan <i>workshop</i> pada sesi 2 dengan topik Penentuan

		<i>Key Performance Indicator</i> Keuangan UMKM
Halim Putera S., SE, MM (dosen)	Manajemen Keuangan	Memberikan <i>workshop</i> pada sesi 3 dengan topik Evaluasi <i>Key Performance Indicator</i> (KPI) Keuangan UMKM
Aldo Leo Handoko (mahasiswa)	Manajemen	Membantu dalam simulasi Penentuan <i>Key Performance</i> <i>Indikator</i> (KPI) UMKM

BAB IV

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

4.1. Hasil Kegiatan PKM

Pengukuran kinerja dapat dilaksanakan dengan tepat jika perusahaan telah menetapkan indikator kinerja yang relevan dengan visi misi, rencana strategis perusahaan. Dalam menentukan indikator kinerja sebaiknya menggunakan ukuran-ukuran yang dapat dengan mudah dicari datanya, untuk diolah dan dianalisis secara wajar.

Menurut (Wang & He, 2012) *Key Performance Indicator* (KPI) merupakan serangkaian indikator utama dari suatu kinerja yang kuantitatif dan kualitatif sesuai target yang ditetapkan, dengan tahapan penentuan sebagai berikut :

Tahap pertama dilakukan identifikasi indikator *Key Performance Indicator* sesuai dengan misi strategis unit usaha yang sudah ditetapkan oleh manajemen.

Tahap kedua indikator *Key Performance Indicator* tersebut dilakukan pemberian % bobot *Key Performance Indicator* sesuai tingkat dan pengaruh terhadap tujuan perusahaan.

Tahap ketiga penentuan target *Key Performance Indicator* dengan mendapat persetujuan dari pihak manajemen.

Tahap keempat menetapkan batas waktu pengukuran dan pencapaian *Key Performance Indicator* yang telah ditetapkan oleh pihak manajemen.

Tahap kelima menentukan cara mengukur dan membuat laporan hasil kinerja pada periode tertentu secara berkelanjutan.

Data dan informasi pencapaian *Key Performance Indicator* organisasi dapat diperoleh dari laporan kinerja bulanan dan tahunan, laporan keuangan, survei kepuasan pelanggan. Hasil pencapaian kinerja kemudian ditampilkan dalam bentuk tabel yang memuat data jenis *Key Performance Indicator*, frekwensi pemantauan, bobot masing-masing *Key Performance Indicator*, satuan yang digunakan, target, dan pencapaian pada masing-masing *Key Performance Indicator* berdasarkan periode yang ditentukan. Menurut Freddy (2016), persyaratan dalam menyusun indikator dan sasaran sebagai berikut :

1. Indikator *Key Performance Indicator* diidentifikasi secara tertentu, mudah dimengerti, dan jelas.
2. Indikator *Key Performance Indicator* dapat dihitung dan objektif.
3. Indikator *Key Performance Indicator* bersifat sesuai dengan kondisi kegiatan unit usahanya.
4. Indikator *Key Performance Indicator* bermanfaat dalam menentukan hasil dan

membantu dalam pencapaian tujuan perusahaan.

5. Indikator *Key Performance Indicator* memiliki sensitivitas terhadap perubahan, mudah beradaptasi dan sensitivitas perubahan dan dinamika situasi dalam pelaksanaan.
6. Indikator *Key Performance Indicator* dapat dihitung dan diukur kualitas pencapaiannya.
7. Indikator *Key Performance Indicator* dapat dikuantifisir dan dilakukan pengolahan data secara ekonomis.

Dalam pembobotan *Key Performance Indicator* dikategorikan sebagai berikut :

Tabel 4.1.

Kriteria pembobotan *Key Performance Indicator*

Level Prioritas	Kriteria	Alokasi Bobot
Penting	Indikator penting, namun bukan <i>main value driver</i> untuk operasional organisasi	5-10%
Sangat Penting	Indikator sangat penting dan merupakan <i>main value driver</i> untuk operasional organisasi	10-15%
Kritikal	Indikator sangat penting dan kritikal dalam pencapaian tujuan operasi organisasi	>15%

Sumber : Arini (2018)

Berdasarkan Tabel 4.1. Kriteria Pembobotan *Key Performance Indicator*, Arini (2018) membobotkan *Key Performance Indicator* (KPI) sesuai dengan level prioritas yang merupakan *main value driver* bagi operasional organisasi. Semakin tinggi level prioritas dengan kriteria tertentu, maka semakin tinggi alokasi bobot *Key Performance Indicator*.

Langkah selanjutnya adalah penentuan sasaran/target yang ingin dicapai, yang mana dalam menetapkan sebuah target indikator Kinerja tersebut harus memenuhi kriteria SMART-C sebagai berikut :

- *Spesifik* artinya dalam menyusun indikator *Key Performance Indicator* untuk mengukur kinerja mempunyai ciri khusus yang membedakan namun harus sesuai dengan visi misi, rencana strategis perusahaan.

- *Measurable* artinya dalam menyusun indikator *Key Performance Indicator* pengukuran kinerja usaha dapat dikuantifisir dengan satuan tertentu.
- *Achievable* artinya dalam menyusun indikator *Key Performance Indicator* pengukuran kinerja kegiatan usaha berdasarkan realita yang dapat dibuktikan pencapaian hasilnya.
- *Relevant* artinya dalam menyusun indikator *Key Performance Indicator* pengukuran kinerja kegiatan usaha harus sejalan dengan tujuan dan target utama perusahaan yang sudah ditetapkan oleh pihak manajemen.
- *Time Bound* artinya dalam menyusun indikator *Key Performance Indicator* pengukuran kinerja adanya batas untuk waktu pencapaian yang jelas untuk setiap indikator kinerja yang telah dibuat.
- *Challenging* artinya dalam menyusun indikator *Key Performance Indicator* pengukuran kinerja, maka target indikator kinerja yang ditetapkan harus cukup menantang dan memacu karyawan untuk memberikan prestasi terbaiknya guna mencapai hasil yang sudah ditetapkan.

Pemantauan dan penilaian kinerja dilakukan dengan membuat penilaian secara kuantitatif berdasarkan pada nilai, kemudian membandingkan antara target dengan realisasi pencapaian pada akhir periode, yang dilakukan secara bulanan, per kuartal atau tiap tahun. Penentuan periode pengukuran dilakukan berdasarkan tingkat kritikalitas dari kinerja yang diukur terhadap target organisasi, semakin tinggi tingkat kritikalitas maka pemantauan harus dilakukan lebih sering. Data dan informasi pencapaian *Key Performance Indicator* dapat diperoleh dari laporan kinerja bulanan, laporan kinerja tahunan, laporan keuangan, survei kepuasan pelanggan, dan survei kepuasan karyawan.

Tahapan pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilakukan meliputi :

Tahap pertama, menghubungi mitra terkait dan mengidentifikasi permasalahan. Pada tahap ini tim PKM mendatangi mitra, berdiskusi dengan pimpinan mengenai kegiatan usaha. Dari hasil diskusi dapat diidentifikasi permasalahan yang terjadi pada mitra saat ini.

Tahap kedua, mengadakan rapat pendahuluan. Pada tahap ini tim PKM membahas mengenai topik pelatihan yang akan diberikan terkait dengan perumusan masalah, meminta persetujuan mitra, dan menentukan deskripsi pekerjaan masing-masing anggota tim.

Tahap ketiga, menyusun materi pelatihan. Pada tahap ini tim PKM menyusun materi

pelatihan dalam bentuk modul yang memudahkan bagi peserta pelatihan dalam mengikuti pelatihan.

Tahap keempat, menyampaikan materi pelatihan. Pada tahap ini tim PKM memberikan pelatihan kepada pimpinan dan karyawan yang terkait dengan bidang pemasaran dan produksi melalui tatap muka, diskusi, dan simulasi dalam penentuan indikator KPI yang sesuai dengan UMKM Batik 20 Ikan Mas.

Tahap kelima, melakukan kegiatan pendampingan untuk mengevaluasi efektifitas dari KPI yang ditentukan.

Berdasarkan pelatihan yang diberikan, mitra Batik 20 Ikan Mas menyusun KPI yang dikelompokkan sebagai berikut :

1. *Key Performance Indicator* untuk penjual (*sales*), meliputi : jumlah pembelian (*order*), jumlah pelanggan baru (*customer*), peningkatan keuntungan (*profit*) dan kualitas pembayaran.
2. *Key Performance Indicator* untuk pemasaran dan disain, meliputi : pembuatan corak batik yang baru dan varitas produk sesuai tren mode
3. *Key Performance Indicator* untuk produksi, meliputi : penghematan biaya produksi dan pengurangan limbah.

Sesuai dengan tujuan dan permasalahan yang dihadapi mitra, maka dilakukan pembobotan *Key Performance Indicator* sebagai berikut :

Tabel 4.2.

Bobot *Key Performance Indicator* UMKM Batik 20 Ikan Mas

<i>Key Performance Indicator</i>	Bobot
Jumlah Order	25%
Jumlah Pelanggan baru	15%
Peningkatan Keuntungan	10%
Kualitas pembayaran	5%
Corak batik baru	10%
Variasi produk	10%
Penghematan biaya produksi	20%
Pengurangan limbah	5%

Sumber : Hasil diskusi

Berdasarkan Tabel 4.2. Bobot *Key Performance Indicator* UMKM Batik 20 Ikan Mas menunjukkan bahwa level pertama dalam bobot *Key Performance Indicator* (KPI) UMKM Batik 20 Ikan Mas adalah jumlah order (dengan bobot 25%) dan level kedua adalah jumlah pelanggan baru (dengan bobot 15%). Penentuan tingkat level ini sesuai dengan pemecahan masalah yang dihadapi oleh UMKM Batik 20 Ikan Mas yaitu meningkatkan jumlah penjualan melalui perluasan pangsa pasar. Selanjutnya jika penjualan meningkat dan dapat memasuki pasar baru, diharapkan terjadi peningkatan keuntungan. Maka level ketiga pada pembobotan KPI UMKM Batik 20 Ikan Mas adalah peningkatan keuntungan (dengan bobot 10%). Level 4 adalah corak batik baru (dengan bobot 10%) dan level 5 adalah variasi produk (dengan bobot 10%), merupakan bentuk inovasi produk Batik 20 Ikan Mas sebagai adaptasi terhadap pangsa pasar baru. Level 6 adalah penghematan biaya produksi (dengan bobot 20%) dan level 7 adalah pengurangan limbah (dengan bobot 5%).

Setelah *Key Performance Indicator* ditentukan, langkah selanjutnya adalah menetapkan sasaran untuk masing-masing *Key Performance Indicator*. Sasaran pencapaian KPI diberikan secara kuantitatif, agar mudah untuk diukur dan dibandingkan.

Tabel 4.3.

Sasaran masing-masing *Key Performance Indicator* UMKM Batik 20 Ikan Mas

KPI	Target	Batas waktu
Jumlah Order	Peningkatan order 50%	Akhir tahun
Jumlah Pelanggan baru	2 pelanggan baru	Per bulan
Peningkatan Keuntungan	10%	Akhir tahun
Kualitas pembayaran	50% membayar ≤ 30 hari	Tiap bulan
Corak batik baru	5 corak baru	Per kuartal
Variasi produk	5 varian produk baru	Per kuartal
Penghematan biaya produksi	20%	Akhir tahun
Pengurangan limbah	5%	Akhir tahun

Sumber : Hasil diskusi

Tabel 4.3. Sasaran masing-masing *Key Performance Indicator* (KPI) UMKM Batik 20 Ikan Mas mendeskripsikan bahwa indikator KPI mengenai jumlah order akan dievaluasi sesuai dengan target yang sudah ditentukan yaitu adanya peningkatan order sebesar 50% dengan batasan waktu pengukuran pada akhir tahun. Indikator KPI jumlah pelanggan baru diukur dengan target adanya 2 pelanggan baru tiap bulan. Indikator KPI dalam hal peningkatan keuntungan diukur dengan target adanya peningkatan keuntungan dengan

batasan waktu akhir tahun. Indikator kualitas membayar diukur kesesuaian dengan target yaitu rata-rata 50% jumlah pelanggan membayar dalam waktu maksimal 30 hari setiap bulan. Indikator KPI corak batik baru diukur dengan target adanya 5 corak baru per kuartal. Demikian pula target yang sama dalam pengukuran variasi produk yaitu adanya 5 varian produk baru per kuartal. Indikator KPI penghematan biaya produksi diukur dengan target 20% pada akhir tahun, dan indikator KPI pengurangan limbah diukur dengan target 5% dengan batasan akhir tahun.

Setelah *Key Performance Indicator* tersebut ditetapkan maka dituangkan dalam kontrak manajemen dan diformalkan dengan ditandatangani oleh pimpinan UMKM. Kontrak manajemen tersebut akan diperbaharui setiap tahunnya untuk disesuaikan dengan kondisi dan perkembangan perusahaan.

Key Performance Indicator yang telah ditetapkan indikator dan targetnya kemudian diukur dan dilaporkan tiap bulannya. Penjelasan pencapaian kinerja umumnya dimulai dari pencapaian KPI yang paling rendah. Untuk melengkapi laporan pencapaian KPI khususnya yang tidak mencapai target diberikan indikator sebagai upaya yang harus dilakukan untuk memperbaiki kinerja KPI yang tidak memenuhi target. Menurut Arini (2018), untuk memudahkan manajemen dalam memantau dan menandai status pencapaian masing-masing KPI dapat digunakan *Traffic Light System*, seperti berikut :

- 1) Status hijau jika pencapaian KPI 100% dari target atau melebihi dari 100% target.
- 2) Status kuning jika pencapaian KPI 95-100% dari target.
- 3) Status merah jika pencapaian KPI di bawah 95% dari target.

Dalam hal pemantauan hasil *Key Performance Indicator* yang telah dianalisa, maka tim pelaksana kegiatan pengabdian kepada masyarakat melakukan kegiatan pendampingan kepada pihak manajemen/pemilik UMKM Batik 20 Ikan Mas dalam menganalisa data hasil pengukuran *Key Performance Indicator*, memberikan arahan untuk perbaikan dan saran-saran kegiatan yang harus dilakukan lebih lanjut. Jika dibutuhkan pihak manajemen/pemilik UMKM Batik 20 Ikan Mas dapat melakukan dialog dan diskusi dengan karyawan supaya terjalin komunikasi yang baik, kedekatan, dan keselarasan dalam upaya mencapai tujuan UMKM secara Bersama-sama.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan yang sudah dilakukan maka dapat dibuat kesimpulan yaitu: pelatihan pengukuran kinerja menggunakan *Key Performance Indicator* berjalan dengan baik, dimana mitra Batik 20 Ikan Mas dapat menentukan dan menyusun *Key Performance Indicator*. Hasil *Key Performance Indicator* tersebut digunakan untuk mengukur dan mengevaluasi efektivitas dari operasional, rencana kerja dan tindakan yang dilakukan guna mencapai target organisasi. Kegiatan pendampingan perlu dilakukan untuk mengevaluasi efektivitas dari hasil *Key Performance Indicator* tersebut. Dengan adanya penentuan target, cara pengukuran, dan evaluasi yang jelas dapat meningkatkan motivasi karyawan dalam meningkatkan kinerja.

5.2. Saran

Saran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah perlu dilakukan dialog kinerja antara pimpinan dan karyawan sebagai cara untuk mengidentifikasi masalah kinerja, mencari solusi masalah, serta mengambil keputusan penyelesaian masalah untuk kemudian melakukan tindakan perbaikan. Perbaikan secara kontinu usaha batik terus dapat dilakukan dalam pengembangan kajian selanjutnya, seperti teknik menyusun strategi yang efektif, cara mengelola kinerja dan risiko, dan proses penerapan dan pengembangan pasar batik melalui analisis pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Arini T. Soemohadiwidjojo. (2018). *SOP dan KPI untuk UMKM dan Startup*. Raih Asa Sukses: Jakarta.
- Dhamayantie, E., & Fauzan, R. (2017). Penguatan Karakteristik dan Kompetensi Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Kinerja UMKM. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*.
<https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2017.v11.i01.p07>.
- Freddy Rangkuti. (2016). *SWOT Balanced Scorecard*. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Gunartin. (2017). Penguatan UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal Pendidikan, Hukum Dan Bisnis*.
- Kristiyanti, M. (2016). Peran Indikator Kinerja Dalam Mengukur Kinerja Manajemen. *Majalah Ilmiah INFORMATIKA Vol. 3 No. 3, Sept. 2016*.
- Sarwono, H. A. (2015). Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM). *Bank Indonesia Dan LPPI*.
- Suci, Y. R., Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi*.
- Sudaryanto, Ragimun, & Wijayanti, R. R. (2014). Strategi Pemberdayaan UMKM Menghadapi Pasar Bebas Asean. *Www.Kemenkeu.Go.Id*.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008.
- Wang, P., & He, W. (2012). Research on key performance indicator (KPI) of business process. In *Proceedings of the 2012 2nd International Conference on Business Computing and Global Informatization, BCGIN 2012*.
<https://doi.org/10.1109/BCGIN.2012.46>.

Lampiran 1. Materi Yang Disampaikan

**MODUL PENGUKURAN KINERJA
MENGUNAKAN
KEY PERFORMANCE INDICATOR (KPI)**

Penyusun :

Agustin Ekadjaja, S.E., M.Si., Ak., CA

Halim Putera Siswanto, S.E., M.M

Margarita Ekadjaja, S.E., M.M

Aldo Leo Handoko

MODUL 1

KINERJA

Pemahaman dasar Kinerja

Pengukuran kinerja diperlukan untuk perencanaan keuangan perusahaan. Pengertian kinerja dalam kamus bahasa Indonesia :“(1) Sesuatu yang dicapai (2) Prestasi yang diperlihatkan (3) Kemampuan Kerja Kinerja perusahaan adalah hasil atau prestasi yang didapat dan yang telah dicapai oleh manajemen perusahaan dalam menjalankan fungsi-fungsinya dan pengelolaan perusahaan tersebut.

Menurut Robbins (1986) dalam Rai (2008), kinerja merupakan hasil evaluasi terhadap pekerjaan yang telah dilakukan dibandingkan dengan kriteria yang telah ditetapkan bersama. Selain itu, Ahuya (1996) dalam Rai (2008) menjelaskan bahwa kinerja adalah cara perseorangan atau kelompok dari suatu organisasi menyelesaikan suatu pekerjaan atau tugas. Dari definisi tersebut, istilah kinerja mengarah pada dua hal, yaitu proses dan hasil yang dicapai.

Pengukuran kinerja sangat penting untuk menilai akuntabilitas organisasi manajer dalam menghasilkan pelayanan publik yang lebih baik. Menurut Mardiasmo (2005), sistem pengukuran kinerja sektor publik adalah suatu sistem yang bertujuan untuk membantu manajer publik menilai pencapaian suatu strategi melalui alat ukur finansial dan nonfinansial. Menurut Rai (2008) pengukuran kinerja meliputi tahapan penetapan kinerja, pengumpulan data kinerja, dan cara pengukuran kinerja. Pengukuran kinerja dilakukan dengan menggunakan lima indikator kinerja, yaitu: *input*, *output*, *outcome*, *benefit*, dan *impact*.

Pengukuran kinerja berfungsi untuk menilai sukses atau tidaknya suatu organisasi, program, atau kegiatan. Hal ini diperlukan untuk menilai tingkat besarnya terjadi penyimpangan antara kinerja aktual dan kinerja yang diharapkan, agar dapat segera dilakukan perbaikan dan peningkatan kinerja. Pengukuran kinerja dapat dilaksanakan dengan tepat jika perusahaan telah menetapkan indikator kinerja yang relevan dengan visi misi, rencana strategis perusahaan.

Dalam menentukan indikator kinerja sebaiknya menggunakan ukuran-ukuran yang dapat dengan mudah dicari datanya, untuk diolah dan dianalisis secara wajar. Evaluasi kinerja berhubungan dengan dua hal : (1) menentukan apakah manajer uang berhasil memberikan nilai tambah dengan jalan menghasilkan kinerja yang lebih baik daripada tolok ukur yang digunakan dan (2) menentukan cara pencapaian pengembalian tersebut.

MODUL 2

KEY PERFORMANCE INDICATOR (KPI)

Menurut (Wang & He, 2012) *Key Performance Indicator* (KPI) merupakan serangkaian indikator utama dari suatu kinerja yang kuantitatif dan kualitatif sesuai target yang ditetapkan, dengan tahapan penentuan sebagai berikut :

Tahap pertama dilakukan identifikasi indikator *Key Performance Indicator* sesuai dengan misi strategis unit usaha yang sudah ditetapkan oleh manajemen.

Tahap kedua indikator *Key Performance Indicator* tersebut dilakukan pemberian % bobot *Key Performance Indicator* sesuai tingkat dan pengaruh terhadap tujuan perusahaan.

Tahap ketiga penentuan target *Key Performance Indicator* dengan mendapat persetujuan dari pihak manajemen.

Tahap keempat menetapkan batas waktu pengukuran dan pencapaian *Key Performance Indicator* yang telah ditetapkan oleh pihak manajemen.

Tahap kelima menentukan cara mengukur dan membuat laporan hasil kinerja pada periode tertentu secara berkelanjutan.

Data dan informasi pencapaian *Key Performance Indicator* organisasi dapat diperoleh dari laporan kinerja bulanan dan tahunan, laporan keuangan, survei kepuasan pelanggan. Hasil pencapaian kinerja kemudian ditampilkan dalam bentuk tabel yang memuat data jenis *Key Performance Indicator*, frekwensi pemantauan, bobot masing-masing *Key Performance Indicator*, satuan yang digunakan, target, dan pencapaian pada masing-masing *Key Performance Indicator* berdasarkan periode yang ditentukan.

Menurut Freddy (2016), persyaratan dalam menyusun indikator dan sasaran sebagai berikut :

1. Indikator *Key Performance Indicator* diidentifikasi secara tertentu, mudah dimengerti, dan jelas.
2. Indikator *Key Performance Indicator* dapat dihitung dan objektif.
3. Indikator *Key Performance Indicator* bersifat sesuai dengan kondisi kegiatan unit usahanya.
4. Indikator *Key Performance Indicator* bermanfaat dalam menentukan hasil dan membantu dalam pencapaian tujuan perusahaan.
5. Indikator *Key Performance Indicator* memiliki sensitivitas terhadap perubahan,

mudah beradaptasi dan sensitivitas perubahan dan dinamika situasi dalam pelaksanaan.

6. Indikator *Key Performance Indicator* dapat dihitung dan diukur kualitas pencapaiannya.
7. Indikator *Key Performance Indicator* dapat dikuantifisir dan dilakukan pengolahan data secara ekonomis.

Dalam pembobotan *Key Performance Indicator* dikategorikan sebagai berikut :

Tabel 1.

Kriteria Pembobotan *Key Performance Indicator*

Level Prioritas	Kriteria	Alokasi Bobot
Penting	Indikator penting, namun bukan <i>main value driver</i> untuk operasional organisasi	5-10%
Sangat Penting	Indikator sangat penting dan merupakan <i>main value driver</i> untuk operasional organisasi	10-15%
Kritikal	Indikator sangat penting dan kritikal dalam pencapaian tujuan operasi organisasi	>15%

Sumber : Arini (2018)

Berdasarkan Tabel 1. Kriteria Pembobotan *Key Performance Indicator*, Arini (2018) membobotkan *Key Performance Indicator* (KPI) sesuai dengan level prioritas yang merupakan *main value driver* bagi operasional organisasi. Semakin tinggi level prioritas dengan kriteria tertentu, maka semakin tinggi alokasi bobot *Key Performance Indicator*.

Langkah selanjutnya adalah penentuan sasaran/target yang ingin dicapai, yang mana dalam menetapkan sebuah target indikator Kinerja tersebut harus memenuhi kriteria SMART-C sebagai berikut :

- *Spesifik* artinya dalam menyusun indikator *Key Performance Indicator* untuk mengukur kinerja mempunyai ciri khusus yang membedakan namun harus sesuai dengan visi misi, rencana strategis perusahaan.
- *Measurable* artinya dalam menyusun indikator *Key Performance Indicator* pengukuran kinerja usaha dapat dikuantifisir dengan satuan tertentu.
- *Achievable* artinya dalam menyusun indikator *Key Performance Indicator*

pengukuran kinerja kegiatan usaha berdasarkan realita yang dapat dibuktikan pencapaian hasilnya.

- *Relevan* artinya dalam menyusun indikator *Key Performance Indicator* pengukuran kinerja kegiatan usaha harus sejalan dengan tujuan dan target utama perusahaan yang sudah ditetapkan oleh pihak manajemen.
- *Time Bound* artinya dalam menyusun indikator *Key Performance Indicator* pengukuran kinerja adanya batas untuk waktu pencapaian yang jelas untuk setiap indikator kinerja yang telah dibuat.
- *Challenging* artinya dalam menyusun indikator *Key Performance Indicator* pengukuran kinerja, maka target indikator kinerja yang ditetapkan harus cukup menantang dan memacu karyawan untuk memberikan prestasi terbaiknya guna mencapai hasil yang sudah ditetapkan.

Pemantauan dan penilaian kinerja dilakukan dengan membuat penilaian secara kuantitatif berdasarkan pada nilai, kemudian membandingkan antara target dengan realisasi pencapaian pada akhir periode, yang dilakukan secara bulanan, per kuartal atau tiap tahun. Penentuan periode pengukuran dilakukan berdasarkan tingkat kritikalitas dari kinerja yang diukur terhadap target organisasi, semakin tinggi tingkat kritikalitas maka pemantauan harus dilakukan lebih sering. Data dan informasi pencapaian *Key Performance Indicator* dapat diperoleh dari laporan kinerja bulanan, laporan kinerja tahunan, laporan keuangan, survei kepuasan pelanggan, dan survei kepuasan karyawan.

MODUL 3
PENENTUAN KEY PERFORMANCE INDICATOR (KPI)
UNTUK UMKM BATIK 20 IKAN MAS

Unit Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan kegiatan suatu usaha masyarakat yang memiliki keterbatasan dalam modal akan tetapi UMKM juta merupakan salah satu penggerak ekonomi di Indonesia terutama dalam hal penyerapan tenaga kerja dan menjadi penyeimbang dan penggerak perekonomian di Indonesia. Peran UMKM dalam perekonomian adalah sebagai pendukung unit usaha yang lebih besar sebagai penyedia bahan baku, peralatan pendukung, dan sebagai UMKM juga berperan dalam penyedia jasa.

Berdasarkan UU No 20/2008, kegiatan UMKM di Indonesia dikelompokkan sebagai berikut :

- 1). Usaha Mikro, merupakan kegiatan bisnis produktif yang dimiliki perseorangan dengan maksimum modal usaha adalah Rp 50.000.000 dan total penjualan setahun adalah Rp 300.000.000.
- 2). Usaha Kecil, merupakan kegiatan bisnis produktif yang dimiliki perseorangan dan atau merupakan unit usaha yang bukan merupakan bagaian, cabang atau anak usaha dari perusahaan lain. Modal yang dimiliki dari unit usaha ini Rp 50.000.000-Rp 500.000.000 (diluar harta yang dimiliki seperti tanah dan bangunan) dengan nilai penjualan setahun Rp 300.000.000-Rp 2.500.000.000.
- 3). Usaha Menengah, merupakan kegiatan bisnis produktif yang dimiliki perseorangan dan atau merupakan unit usaha yang bukan merupakan bagaian, cabang atau anak usaha dari perusahaan lain. Modal yang dimiliki dari unit usaha ini Rp 500.000.000-Rp 10.000.000.000 (diluar harta yang dimiliki seperti tanah dan bangunan) dengan nilai penjualan setahun Rp 2.500.000.000-Rp 50.000.000.000.

(Sarwono, 2015) mengategorikan UMKM menurut banyaknya tenaga kerja, modal, dan penjualan setahun sebagai berikut :

- 1). Unit usaha mikro, merupakan kegiatan bisnis mikro dengan banyaknya tenaga kerja maksimal 10 orang serta total modal dan penjualan setahun <USD 100 ribu.
- 2). Unit usaha kecil, merupakan kegiatan bisnis usaha kecil dengan banyaknya tenaga kerja maksimal 30 orang serta total modal dan penjualan setahun <USD 3.000.000.
- 3). Unit usaha menengah, merupakan kegiatan bisnis usaha kecil dengan banyaknya tenaga kerja maksimal 300 orang serta total modal dan penjualan setahun <USD 15.000.000.

Menurut (Suci, Tinggi, & Ekonomi, 2017), UMKM dikategorikan :

- 1). UMKM bidang perdagangan (retail, grosir, dan sejenisnya)
- 2). UMKM bidang manufaktur (UMKM yang melakukan pengolahan bahan mentah menjadi bahan baku, UMKM yang melakukan pengolahan bahan baku menjadi bahan setengah jadi, UMKM yang melakukan pengolahan bahan setengah jadi menjadi produk siap dijual).
- 3). UMKM bidang jasa (UMKM edukasi, UMKM biro travel, UMKM tata boga, dan sejenisnya)
- 4). UMKM bidang agraria (UMKM perkebunan, UMKM pertanian, dan UMKM perikanan).
- 5). UMKM bidang ekstratif (UMKM penebangan dan pengolahan kayu, UMKM pertambangan).

Secara sederhana, proses bisnis dalam perusahaan UMKM terdiri atas aktivitas berikut (Sudaryanto, Ragimun, & Wijayanti, 2014) :

- 1). UMKM yang melakukan proses inti, dalam hal ini UMKM melakukan kegiatan yang meliputi : perencanaan produk atau jasa, proses produksi, proses pemasaran, proses penjualan produk, proses penyampaian produk kepada pelanggan, dan layanan pelanggan.
- 2). UMKM yang melakukan proses pendukung, dimana kegiatan yang dilakukan UMKM meliputi : pengelolaan legalitas perusahaan, pengelolaan keuangan, pengelolaan sumber daya manusia, dan kehumasan.

Sesuai dengan tujuan dan permasalahan yang dihadapi mitra, maka dilakukan pembobotan *Key Performance Indicator* sebagai berikut :

Tabel 1.

Bobot *Key Performance Indicator* UMKM Batik 20 Ikan Mas

<i>Key Performance Indicator</i>	Bobot
Jumlah Order	25%
Jumlah Pelanggan baru	15%
Peningkatan Keuntungan	10%
Kualitas pembayaran	5%
Corak batik baru	10%
Variasi produk	10%
Penghematan biaya produksi	20%
Pengurangan limbah	5%

Sumber : Hasil diskusi

Berdasarkan Tabel 1. Bobot *Key Performance Indicator* UMKM Batik 20 Ikan Mas menunjukkan bahwa level pertama dalam bobot *Key Performance Indicator* (KPI) UMKM Batik 20 Ikan Mas adalah jumlah order (dengan bobot 25%) dan level kedua adalah jumlah pelanggan baru (dengan bobot 15%). Penentuan tingkat level ini sesuai dengan pemecahan masalah yang dihadapi oleh UMKM Batik 20 Ikan Mas yaitu meningkatkan jumlah penjualan melalui perluasan pangsa pasar. Selanjutnya jika penjualan meningkat dan dapat memasuki pasar baru, diharapkan terjadi peningkatan keuntungan. Maka level ketiga pada pembobotan KPI UMKM Batik 20 Ikan Mas adalah peningkatan keuntungan (dengan bobot 10%). Level 4 adalah corak batik baru (dengan bobot 10%) dan level 5 adalah variasi produk (dengan bobot 10%), merupakan bentuk inovasi produk Batik 20 Ikan Mas sebagai adaptasi terhadap pangsa pasar baru. Level 6 adalah penghematan biaya produksi (dengan bobot 20%) dan level 7 adalah pengurangan limbah (dengan bobot 5%).

Setelah *Key Performance Indicator* ditentukan, langkah selanjutnya adalah menetapkan sasaran untuk masing-masing *Key Performance Indicator*. Sasaran pencapaian KPI diberikan secara kuantitatif, agar mudah untuk diukur dan dibandingkan.

Tabel 2.

Sasaran masing-masing *Key Performance Indicator* UMKM Batik 20 Ikan Mas

KPI	Target	Batas waktu
Jumlah Order	Peningkatan order 50%	Akhir tahun
Jumlah Pelanggan baru	2 pelanggan baru	Per bulan
Peningkatan Keuntungan	10%	Akhir tahun
Kualitas pembayaran	50% membayar ≤30 hari	Tiap bulan
Corak batik baru	5 corak baru	Per kuartal
Variasi produk	5 varian produk baru	Per kuartal
Penghematan biaya produksi	20%	Akhir tahun
Pengurangan limbah	5%	Akhir tahun

Sumber : Hasil diskusi

Tabel 2. Sasaran masing-masing *Key Performance Indicator* (KPI) UMKM Batik 20 Ikan Mas mendeskripsikan bahwa indikator KPI mengenai jumlah order akan dievaluasi sesuai dengan target yang sudah ditentukan yaitu adanya peningkatan order sebesar 50% dengan batasan waktu pengukuran pada akhir tahun. Indikator KPI jumlah pelanggan baru diukur dengan target adanya 2 pelanggan baru tiap bulan.

Indikator KPI dalam hal peningkatan keuntungan diukur dengan target adanya peningkatan keuntungan dengan batasan waktu akhir tahun. Indikator kualitas membayar diukur kesesuaian dengan target yaitu rata-rata 50% jumlah pelanggan membayar dalam waktu maksimal 30 hari setiap bulan. Indikator KPI corak batik baru diukur dengan target adanya 5 corak baru per kuartal. Demikian pula target yang sama dalam pengukuran variasi produk yaitu adanya 5 varian produk baru per kuartal. Indikator KPI penghematan biaya produksi diukur dengan target 20% pada akhir tahun, dan indikator KPI pengurangan limbah diukur dengan target 5% dengan batasan akhir tahun.

Setelah *Key Performance Indicator* tersebut ditetapkan maka dituangkan dalam kontrak manajemen dan diformalkan dengan ditandatangani oleh pimpinan UMKM. Kontrak manajemen tersebut akan diperbaharui setiap tahunnya untuk disesuaikan dengan kondisi dan perkembangan perusahaan.

Key Performance Indicator yang telah ditetapkan indikator dan targetnya kemudian diukur dan dilaporkan tiap bulannya. Penjelasan pencapaian kinerja umumnya dimulai dari pencapaian KPI yang paling rendah. Untuk melengkapi laporan pencapaian KPI khususnya yang tidak mencapai target diberikan indikator sebagai upaya yang harus dilakukan untuk memperbaiki kinerja KPI yang tidak memenuhi target.

Menurut Arini (2018), untuk memudahkan manajemen dalam memantau dan menandai status pencapaian masing-masing KPI dapat digunakan *Traffic Light System*, seperti berikut :

1. Status hijau jika pencapaian KPI 100% dari target atau melebihi dari 100% target.
2. Status kuning jika pencapaian KPI 95-100% dari target.
3. Status merah jika pencapaian KPI di bawah 95% dari target.

DAFTAR PUSTAKA

- Arini T. Soemohadiwidjojo. (2018). *SOP dan KPI untuk UMKM dan Startup*. Raih Asa Sukses: Jakarta.
- Dhamayantie, E., & Fauzan, R. (2017). Penguatan Karakteristik dan Kompetensi Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Kinerja UMKM. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*.
<https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2017.v11.i01.p07>.
- Freddy Rangkuti. (2016). *SWOT Balanced Scorecard*. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Gunartin. (2017). Penguatan UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal Pendidikan, Hukum Dan Bisnis*.
- Kristiyanti, M. (2016). Peran Indikator Kinerja Dalam Mengukur Kinerja Manajemen. *Majalah Ilmiah INFORMATIKA Vol. 3 No. 3, Sept. 2016*.
- Mardiasmo. (2005). *Akuntansi Sektor Publik*. Yogyakarta: Andi.
- Rai, I Gusti Agung. (2008). *Audit Kinerja pada Sektor Publik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Robbins, Stephen P. (2006). *Perilaku Organisasi*. Edisi Kesepuluh. Jakarta: Indeks.
- Sarwono, H. A. (2015). *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM). Bank Indonesia Dan LPPI*.
- Suci, Y. R., Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi*.
- Sudaryanto, Ragimun, & Wijayanti, R. R. (2014). *Strategi Pemberdayaan UMKM Menghadapi Pasar Bebas Asean*. www.kemenkeu.go.id.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008.
- Wang, P., & He, W. (2012). Research on key performance indicator (KPI) of business process. In *Proceedings of the 2012 2nd International Conference on Business Computing and Global Informatization, BCGIN 2012*.
<https://doi.org/10.1109/BCGIN.2012.46>.

PPT MATERI WORKSHOP

PENGUKURAN KINERJA UMKM DENGAN MENGUNAKAN *KEY PERFORMANCE INDICATOR*



- 1 AGUSTIN EKADAJA, SE, MSi, Ak, CA
- 2 MARGARITA EKADAJA, SE, MM
- 3 HALIM PUTERA SISWANTO, SE, MM
- 4 ALDO LEO HANDOKO

KINERJA

Pencapaian hasil kerja perorangan/kelompok dalam organisasi pada periode tertentu



Peningkatan Laba



Efisiensi



Produktivitas



Indikator yang mengukur kinerja hasil



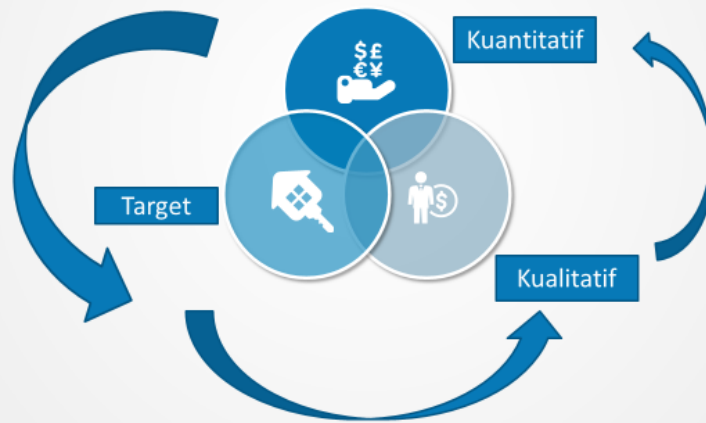
Indikator yang mengukur Proses

Indikator Kinerja

Apabila perusahaan menerapkan manajemen kinerja, maka

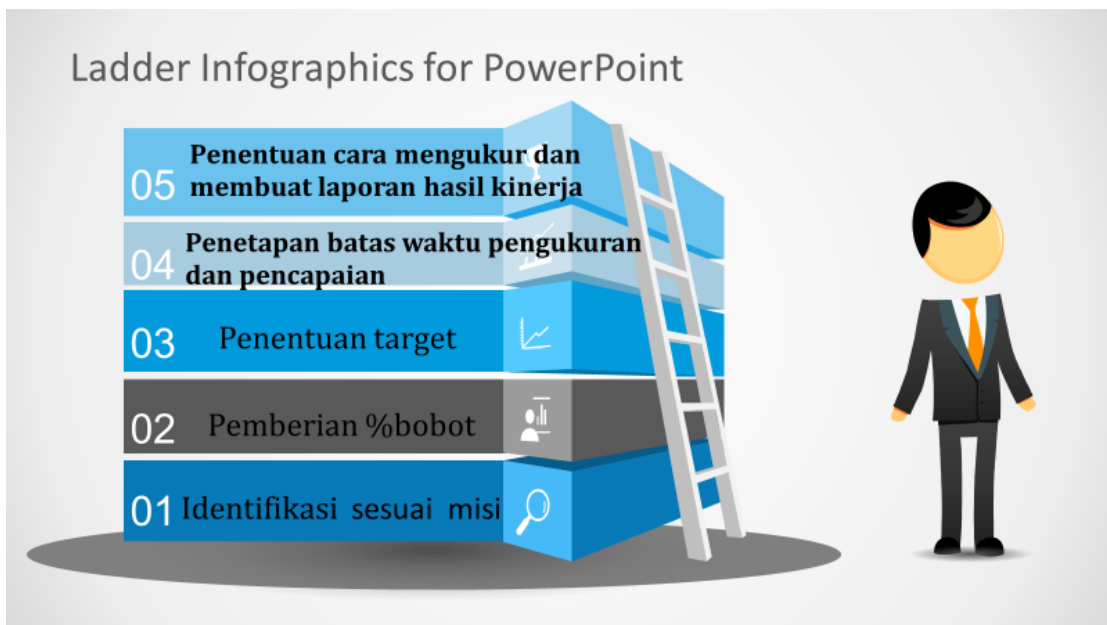
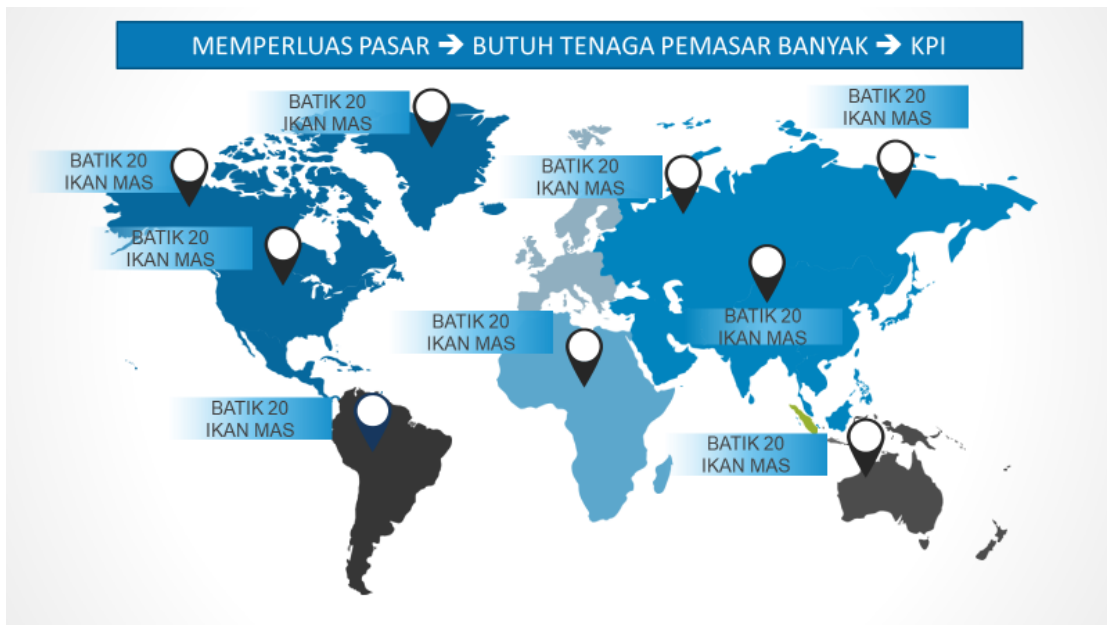


Key Performance Indicator (KPI) merupakan serangkaian indikator utama dari suatu kinerja yang kuantitatif dan kualitatif sesuai target yang ditetapkan



LATAR BELAKANG DIBUTUHKANNYA KPI





Data dan informasi pencapaian Key Performance Indicator



laporan kinerja



laporan keuangan



survei kepuasan pelanggan



Pertimbangan manajemen



Hasil pencapaian kinerja kemudian ditampilkan dalam bentuk tabel/diagram/grafik



memuat data jenis *Key Performance Indicator*, frekwensi pemantauan, bobot masing-masing *Key Performance Indicator*, satuan yang digunakan, target, dan pencapaian

Persyaratan dalam menyusun indikator dan sasaran

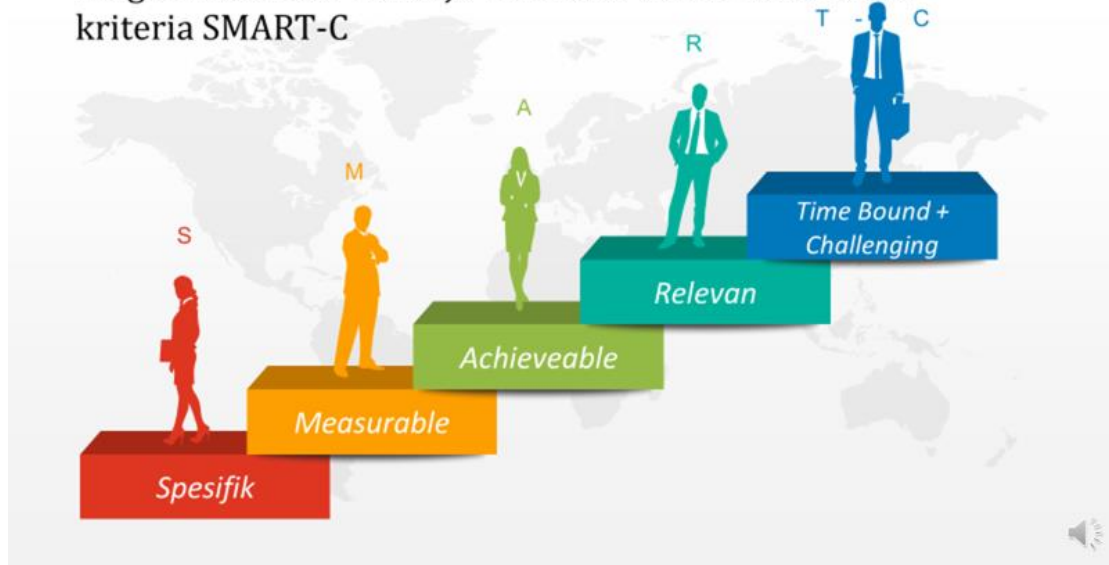


Kriteria Pembobotan *Key Performance Indicator*

Level Prioritas	Kriteria	Alokasi Bobot
Penting	Indikator penting, namun bukan <i>main value driver</i> untuk operasional organisasi	5-10%
Sangat Penting	Indikator sangat penting dan merupakan <i>main value driver</i> untuk operasional organisasi	10-15%
Kritikal	Indikator sangat penting dan kritikal dalam pencapaian tujuan operasi organisasi	>15%

Sumber : Arini (2018)

Target indikator Kinerja tersebut harus memenuhi kriteria SMART-C



Setelah *Key Performance Indicator* tersebut ditetapkan maka dituangkan dalam kontrak manajemen dan diformalkan dengan ditandatangani oleh pimpinan UMKM. Kontrak manajemen tersebut akan diperbaharui setiap tahunnya untuk disesuaikan dengan kondisi dan perkembangan perusahaan



Traffic Light System : memudahkan manajemen dalam memantau dan menandai status pencapaian masing-masing KPI



Pencapaian KPI di bawah 95% dari target



Pencapaian KPI 95-100% dari target

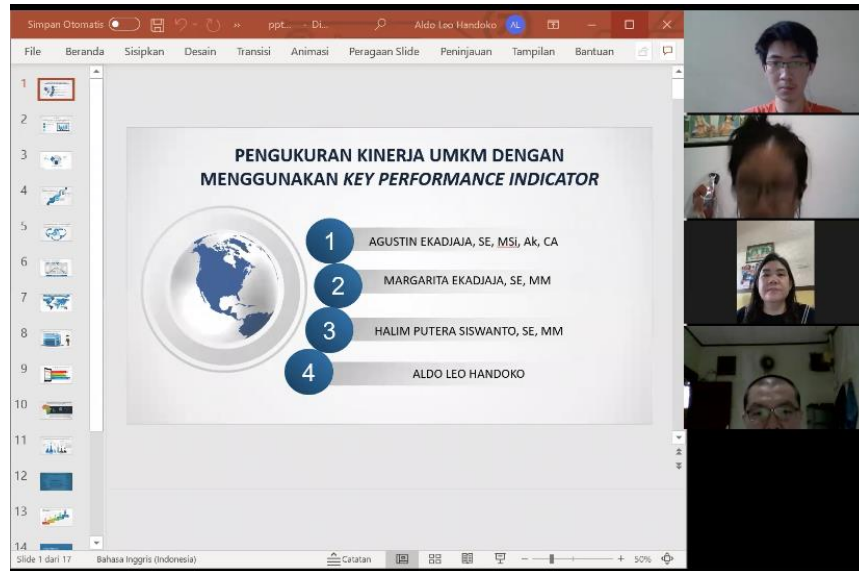


Pencapaian KPI 100% dari target atau melebihi dari 100% target

Business Model Canvas



LAMPIRAN 2. Foto-Foto dan Video



Gambar 1. Foto Rapat Persiapan Pelaksanaan PKM



Gambar 2. Foto Pelaksanaan PKM Menggunakan Aplikasi Zoom

Link Video Online: <http://gg.gg/PENGUKURAN-KINERJA-UMKM>

LAMPIRAN 3. Luaran Yang Dihasilkan

PENENTUAN *KEY PERFORMANCE INDICATOR* DALAM MENGUKUR KINERJA UMKM BATIK 20 IKAN MAS

Agustin Ekadjaja¹⁾, Margarita Ekadjaja²⁾, dan Halim Putera Siswanto³⁾

¹⁾Program Studi Akuntansi,
Fakultas Ekonomi Universitas
Tarumanagara
Jl.Tanjung Duren Utara 1 No 1,
Jakarta

Email: agustine@fe.untar.ac.id

²⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi
Universitas Tarumanagara
Jl.Tanjung Duren Utara 1 No 1,Jakarta
Email:

margaritae@fe.untar.ac.id

³⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi
Universitas Tarumanagara
Jl.Tanjung Duren Utara 1 No 1,Jakarta
Email : halimputera@yahoo.com

ABSTRAK

Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah mengukur tingkat pertumbuhan usaha dan posisi keunggulan bersaing dengan cara menghitung tingkat pencapaian hasil usaha saat ini dan tren terhadap keberhasilan Key Performance Indicator atas produk Batik merk 20 Ikan Mas di Jakarta. Dasar pelaksanaan kegiatan ini adalah karena semakin bergejolaknya krisis ekonomi dan persaingan dagang yang mendorong unit usaha mikro Batik 20 Ikan Mas untuk memperluas pangsa pasarnya sehingga memerlukan tambahan tenaga kerja pemasar. Semakin banyaknya tenaga kerja pemasar menyebabkan Batik 20 Ikan Mas membutuhkan Key Performance Indicator untuk mengukur kinerja kegiatan usahanya. Metode yang digunakan berupa pelatihan menentukan Key Performance Indicator, dimana masing-masing indikator kinerja tersebut harus dikaitkan dengan tujuan, strategi, dan sasaran unit usaha mikro Batik 20 Ikan Mas dalam mencapai tingkat pertumbuhan tertentu dan memperoleh keunggulan bersaing. Selanjutnya dilakukan pendampingan dalam mengukur dan mengevaluasi efektivitas dari indikator kinerja yang ditentukan. Target yang diharapkan, yaitu adanya luaran berupa data indikator kinerja yang akan diukur. Sehingga dengan adanya luaran tersebut UMKM Batik 20 Ikan Mas dapat mengukur kinerja usahanya dan menemukan area yang membutuhkan peningkatan atau perbaikan.

Kata kunci: Usaha mikro; Key Performance Indicator; kinerja; keunggulan bersaing

Pendahuluan

Unit Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan kegiatan suatu usaha masyarakat yang memiliki keterbatasan dalam modal akan tetapi UMKM juta merupakan salah satu penggerak ekonomi di Indonesia terutama dalam hal penyerapan tenaga kerja dan menjadi penyeimbang dan penggerak perekonomian

di Indonesia. Peran UMKM dalam perekonomian adalah sebagai pendukung unit usaha yang lebih besar sebagai penyedia bahan baku, peralatan pendukung, dan sebagai UMKM juga berperan dalam penyedia jasa. Berdasarkan UU No 20/2008, kegiatan UMKM di Indonesia dikelompokkan sebagai berikut :

- 1). Usaha Mikro, merupakan kegiatan bisnis produktif yang dimiliki perseorangan dengan maksimum modal usaha adalah Rp 50.000.000 dan total penjualan setahun adalah Rp 300.000.000.
- 2). Usaha Kecil, merupakan kegiatan bisnis produktif yang dimiliki perseorangan dan atau merupakan unit usaha yang bukan merupakan bagaian, cabang atau anak usaha dari perusahaan lain. Modal yang dimiliki dari unit usaha ini Rp 50.000.000-Rp 500.000.000 (diluar harta yang dimiliki seperti tanah dan bangunan) dengan nilai penjualan setahun Rp 300.000.000-Rp 2.500.000.000.
- 3). Usaha Menengah, merupakan kegiatan bisnis produktif yang dimiliki perseorangan dan atau merupakan unit usaha yang bukan merupakan bagaian, cabang atau anak usaha dari perusahaan lain. Modal yang dimiliki dari unit usaha ini Rp 500.000.000-Rp 10.000.000.000 (diluar harta yang dimiliki seperti tanah dan bangunan) dengan nilai penjualan setahun Rp 2.500.000.000-Rp 50.000.000.000.

(Sarwono, 2015) mengkategorikan UMKM menurut banyaknya tenaga kerja, modal, dan penjualan setahun sebagai berikut :

- 1).Unit usaha mikro, merupakan kegiatan bisnis mikro dengan banyaknya tenaga kerja maksimal 10 orang serta total modal dan penjualan setahun <USD 100 ribu.
- 2). Unit usaha kecil, merupakan kegiatan bisnis usaha kecil dengan banyaknya tenaga kerja maksimal 30 orang serta total modal dan penjualan setahun <USD 3.000.000.
- 3). Unit usaha menengah, merupakan kegiatan bisnis usaha kecil dengan banyaknya tenaga kerja maksimal 300 orang serta total modal dan penjualan setahun <USD 15.000.000.

Menurut (Suci, Tinggi, & Ekonomi, 2017), UMKM dikategorikan :

- 1). UMKM bidang perdagangan (retail, grosir, dan sejenisnya)
- 2). UMKM bidang manufaktur (UMKM yang melakukan pengolahan bahan mentah menjadi bahan baku, UMKM yang melakukan pengolahan bahan baku menjadi bahan setengah jadi, UMKM yang melakukan pengolahan bahan setengah jadi menjadi produk siap dijual).
- 3). UMKM bidang jasa (UMKM edukasi, UMKM biro travel, UMKM tata boga, dan sejenisnya)
- 4). UMKM bidang agraria (UMKM perkebunan, UMKM pertanian, dan UMKM perikanan).
- 5).UMKM bidang ekstratif (UMKM penebangan dan pengolahan kayu, UMKM pertambangan).

Secara sederhana, proses bisnis dalam perusahaan UMKM terdiri atas aktivitas berikut (Sudaryanto, Ragimun, & Wijayanti, 2014) :

- 1). UMKM yang melakukan proses inti, dalam hal ini UMKM melakukan kegiatan yang meliputi : perencanaan produk atau jasa, proses produksi, proses pemasaran, proses penjualan produk, proses penyampaian produk kepada pelanggan, dan layanan pelanggan.
- 2). UMKM yang melakukan proses pendukung, dimana kegiatan yang dilakukan

UMKM meliputi : pengelolaan legalitas perusahaan, pengelolaan keuangan, pengelolaan sumber daya manusia, dan kehumasan.

Keberhasilan atau kesuksesan bisnis biasanya dinyatakan sebagai kinerja dari bisnis tersebut. Menurut (Dhamayantie & Fauzan, 2017), kinerja adalah pencapaian hasil kerja seseorang atau sekelompok orang dalam organisasi dalam suatu periode waktu tertentu, sesuai dengan lingkup wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya mencapai tujuan organisasi, yang dilakukan secara legal, tidak melanggar hukum, dan sesuai dengan moral dan etika.

Dalam mengukur kinerja Unit Usaha Mikro Menengah (UMKM) dengan tepat diperlukan pengumpulan, analisis, dan pelaporan hasil olah data terkait dengan hasil usaha dan hasil unjuk kerja karyawan selama periode tertentu. Ketepatan dalam mengukur hasil kinerja diperlukan adanya penetapan indikator kinerja yang relevan sesuai dengan misi strategik unit usaha. Indikator kinerja adalah ukuran kuantitatif dan/atau kualitatif yang menggambarkan tingkat pencapaian sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya. Menurut (Kristiyanti, 2016) indikator kinerja terdiri atas : Indikator yang mengukur kinerja hasil (*result indicator*) dan Indikator yang mengukur kinerja proses (*performance indicator*). Menurut (Gunartin, 2017) bahwa salah satu dari penyebab kegagalan utama bisnis berskala kecil adalah manajemen finansial yang buruk, akuntansi yang buruk, dan kurangnya pengalaman manajemen. Apabila perusahaan menerapkan manajemen kinerja, maka kinerja finansial perusahaan akan turut termonitor sehingga kinerja bisnis dapat terkelola dengan baik dan akan mendorong bisnis untuk berkembang pesat dan meraih kesuksesan.

Agar pengukuran kinerja dapat dilaksanakan dengan tepat, perusahaan perlu menetapkan indikator kinerja yang relevan. Menurut (Wang & He, 2012) *Key Performance Indicator* (KPI) merupakan serangkaian indikator utama dari suatu kinerja yang kuantitatif dan kualitatif sesuai target yang ditetapkan.

Mitra Batik 20 Ikan Mas merupakan UMKM yang termasuk dalam skala mikro dan bergerak dalam bidang manufaktur produk batik cetak. Batik 20 Ikan Mas merupakan usaha batik secara turun temurun. Penjualan batik cetak saat ini hanyalah berasal dari pesanan pelanggan lama. Saat ini, produk batik cetak buatan Batik 20 Ikan Mas dijual oleh pelanggan tersebut ke Bali. Dalam pengukuran kinerja UMKM Batik 20 Ikan Mas hanya membandingkan laba bersih dengan total penjualan bersih tiap tahunnya. Dengan semakin bergejolaknya krisis ekonomi dan persaingan dagang, menyebabkan penjualan Batik 20 Ikan Mas ini sepi dan cenderung menurun. Hal ini yang mendorong UMKM Batik 20 Ikan Mas untuk memperluas pangsa pasarnya sehingga memerlukan tambahan tenaga kerja pemasar. Semakin banyaknya tenaga kerja pemasar menyebabkan UMKM Batik 20 Ikan Mas membutuhkan *Key Performance Indicator* untuk mengukur kinerja kegiatan usahanya.

Menurut (Wang & He, 2012) eksekusi dari bisnis proses adalah manajemen proses tersebut untuk penyatuan tujuan, sistem, proses, informasi dan tenaga kerja. Sistem evaluasi *Key Performance Indicator* ditambahkan dalam kerangka kerja informasi organisasi yang dapat merubah struktur dinamika dari proses bisnis dengan cepat, sehingga *Key Performance Indicator* dibuat untuk memenuhi perubahan permintaan pasar yang berubah dengan cepat.

Tujuan umum dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah membantu UMKM Batik 20 Ikan Mas menentukan *Key Performance Indicator* (KPI) dalam rangka peningkatan kinerja kegiatan usaha.

Tujuan khusus dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah :

5. Menjamin pencapaian sasaran dan tujuan organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya yaitu meningkatkan penjualan melalui perluasan pangsa pasar.
6. Mengidentifikasi berbagai kelemahan yang ada di organisasi.
7. Menentukan tindakan pencegahan atau tindakan koreksi terhadap proses bisnis organisasi untuk menghindari kesalahan lebih besar yang dapat merugikan organisasi, baik dari segi waktu maupun biaya.
8. Mendekatkan pihak manajemen dengan karyawan perusahaan.

Berikut adalah gambaran umum UMKM Batik 20 Ikan Mas di Jakarta :

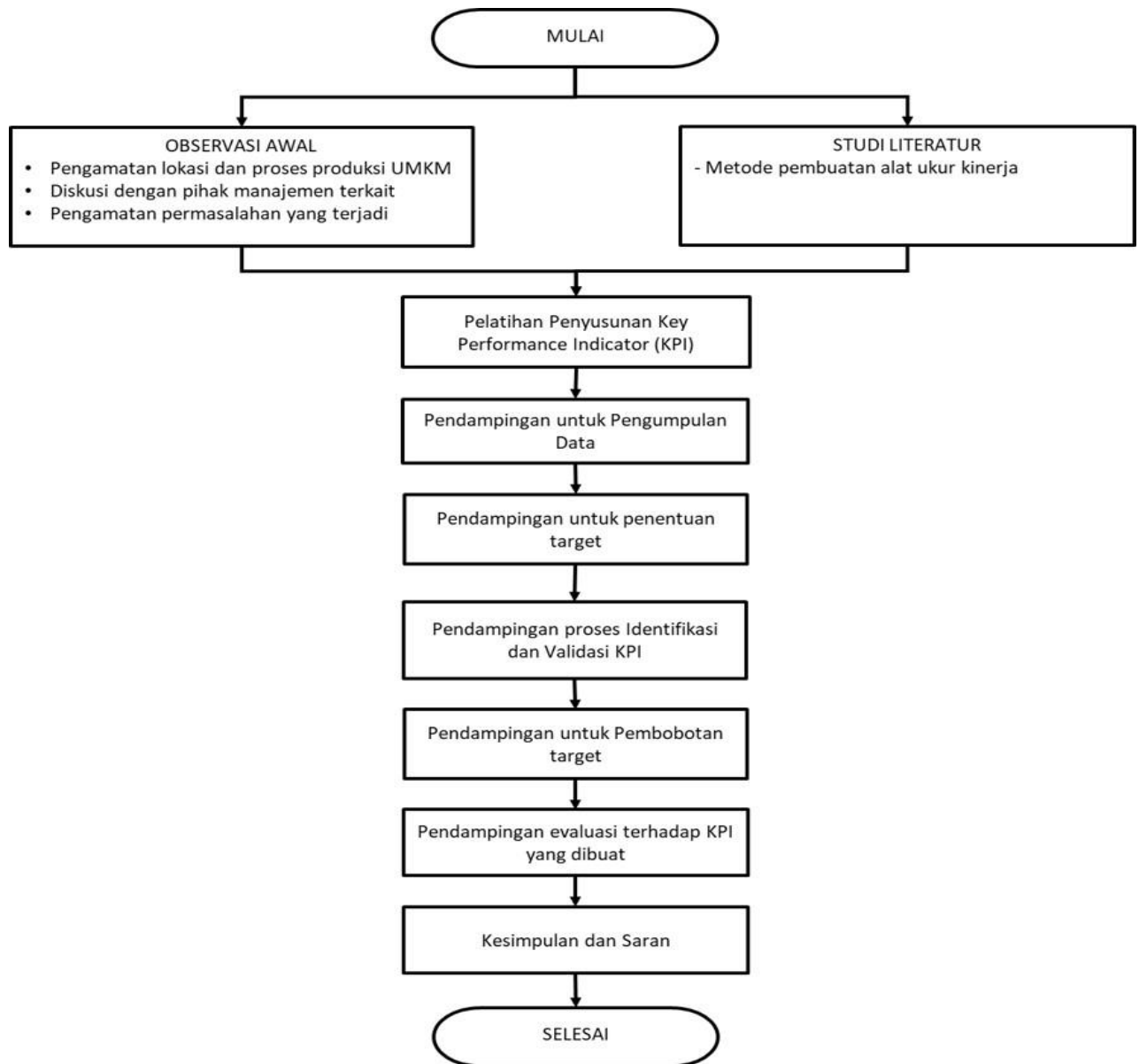


Gambar 1. Salah satu alat tradisional yang digunakan Batik 20 Ikan Mas

Pada Gambar 1 terlihat alat tradisional yang digunakan Batik 20 Ikan Mas untuk mencetak. Setelah dicetak baru dilakukan pencelupan sesuai warna pesanan pelanggan.

METODE PELAKSANAAN

Dalam rangka membina dan mengembangkan wawasan Unit Mikro Kecil Menengah (UMKM) mengenai indikator *Key Performance Indicator* dalam rangka meningkatkan kinerja, maka metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dalam bentuk pelatihan dan pendampingan.



Gambar 2. Diagram Alir Tahapan Kegiatan PKM

Berdasarkan Gambar 2. Diagram Alir Tahapan Kegiatan PKM mendeskripsikan bahwa kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dilakukan dengan memberikan pendidikan kepada masyarakat. Edukasi yang diberikan sehubungan penentuan Key Performance Indicator untuk mengukur kinerja UMKM Batik 20 Ikan Mas diberikan dalam bentuk pelatihan, dengan pembatasan permasalahan :

1. Bagaimana prinsip pengukuran kinerja UMKM ?
2. Apa indikator kinerja dan *Key Performance Indicator* UMKM?
3. Apa indikator kinerja perspektif finansial ?
4. Bagaimana petunjuk teknis *Key Performance Indicator* UMKM ?
5. Bagaimana penetapan *Key Performance Indicator* UMKM sesuai kriteria SMART-C ?
6. Bagaimana pemantauan pencapaian *Key Performance Indicator* ?

Setelah kegiatan pelatihan selesai, maka dilakukan kegiatan pendampingan berupa simulasi dalam penentuan target, identifikasi dan validasi KPI, pembobotan KPI, dan pemantauan KPI.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengukuran kinerja dapat dilaksanakan dengan tepat jika perusahaan telah menetapkan indikator kinerja yang relevan dengan visi misi, rencana strategis perusahaan. Dalam menentukan indikator kinerja sebaiknya menggunakan ukuran-ukuran yang dapat dengan mudah dicari datanya, untuk diolah dan dianalisis secara wajar. Menurut (Wang & He, 2012) *Key Performance Indicator* (KPI) merupakan serangkaian indikator utama dari suatu kinerja yang kuantitatif dan kualitatif sesuai target yang ditetapkan, dengan tahapan penentuan sebagai berikut :

Tahap pertama dilakukan identifikasi indikator *Key Performance Indicator* sesuai dengan misi strategis unit usaha yang sudah ditetapkan oleh manajemen.

Tahap kedua indikator *Key Performance Indicator* tersebut dilakukan pemberian % bobot *Key Performance Indicator* sesuai tingkat dan pengaruh terhadap tujuan perusahaan.

Tahap ketiga penentuan target *Key Performance Indicator* dengan mendapat persetujuan dari pihak manajemen.

Tahap keempat menetapkan batas waktu pengukuran dan pencapaian *Key Performance Indicator* yang telah ditetapkan oleh pihak manajemen.

Tahap kelima menentukan cara mengukur dan membuat laporan hasil kinerja pada periode tertentu secara berkelanjutan.

Data dan informasi pencapaian *Key Performance Indicator* organisasi dapat diperoleh dari laporan kinerja bulanan dan tahunan, laporan keuangan, survei kepuasan pelanggan. Hasil pencapaian kinerja kemudian ditampilkan dalam bentuk tabel yang memuat data jenis *Key Performance Indicator*, frekwensi pemantauan, bobot masing-masing *Key Performance Indicator*, satuan yang digunakan, target, dan pencapaian pada masing-masing *Key Performance Indicator* berdasarkan periode yang ditentukan. Menurut Freddy (2016), persyaratan dalam menyusun indikator dan sasaran sebagai berikut :

1. Indikator *Key Performance Indicator* diidentifikasi secara tertentu, mudah dimengerti, dan jelas.
2. Indikator *Key Performance Indicator* dapat dihitung dan objektif.
3. Indikator *Key Performance Indicator* bersifat sesuai dengan kondisi kegiatan unit usahanya.
4. Indikator *Key Performance Indicator* bermanfaat dalam menentukan hasil dan membantu dalam pencapaian tujuan perusahaan.
5. Indikator *Key Performance Indicator* memiliki sensitivitas terhadap perubahan, mudah beradaptasi dan sensitivitas perubahan dan dinamika situasi dalam pelaksanaan.
6. Indikator *Key Performance Indicator* dapat dihitung dan diukur kualitas pencapaiannya.
7. Indikator *Key Performance Indicator* dapat dikuantifisir dan dilakukan pengolahan data secara ekonomis.

Dalam pembobotan *Key Performance Indicator* dikategorikan sebagai berikut :

Tabel 1.
Kriteria Pembobotan *Key Performance Indicator*

Level Prioritas	Kriteria	Alokasi Bobot
Penting	Indikator penting, namun bukan <i>main value driver</i> untuk operasional organisasi	5-10%
Sangat Penting	Indikator sangat penting dan merupakan <i>main value driver</i> untuk operasional organisasi	10-15%
Kritikal	Indikator sangat penting dan kritikal dalam pencapaian tujuan operasi organisasi	>15%

Sumber : Arini (2018)

Berdasarkan Tabel 1. Kriteria Pembobotan *Key Performance Indicator*, Arini (2018) membobotkan *Key Performance Indicator* (KPI) sesuai dengan level prioritas yang merupakan *main value driver* bagi operasional organisasi. Semakin tinggi level prioritas dengan kriteria tertentu, maka semakin tinggi alokasi bobot *Key Performance Indicator*.

Langkah selanjutnya adalah penentuan sasaran/target yang ingin dicapai, yang mana dalam menetapkan sebuah target indikator Kinerja tersebut harus memenuhi kriteria SMART-C sebagai berikut :

- *Spesifik* artinya dalam menyusun indikator *Key Performance Indicator* untuk mengukur kinerja mempunyai ciri khusus yang membedakan namun harus sesuai dengan visi misi, rencana strategis perusahaan.
- *Measurable* artinya dalam menyusun indikator *Key Performance Indicator* pengukuran kinerja usaha dapat dikuantifisir dengan satuan tertentu.
- *Achievable* artinya dalam menyusun indikator *Key Performance Indicator* pengukuran kinerja kegiatan usaha berdasarkan realita yang dapat dibuktikan pencapaian hasilnya.
- *Relevant* artinya dalam menyusun indikator *Key Performance Indicator* pengukuran kinerja kegiatan usaha harus sejalan dengan tujuan dan target utama perusahaan yang sudah ditetapkan oleh pihak manajemen.
- *Time Bound* artinya dalam menyusun indikator *Key Performance Indicator* pengukuran kinerja adanya batas untuk waktu pencapaian yang jelas untuk setiap indikator kinerja yang telah dibuat.
- *Challenging* artinya dalam menyusun indikator *Key Performance Indicator* pengukuran kinerja, maka target indikator kinerja yang ditetapkan harus cukup menantang dan memacu karyawan untuk memberikan prestasi terbaiknya guna mencapai hasil yang sudah ditetapkan.

Pemantauan dan penilaian kinerja dilakukan dengan membuat penilaian secara kuantitatif berdasarkan pada nilai, kemudian membandingkan antara target dengan realisasi pencapaian pada akhir periode, yang dilakukan secara bulanan, per kuartal atau tiap tahun. Penentuan periode pengukuran dilakukan berdasarkan tingkat kritikalitas dari kinerja yang diukur terhadap target organisasi, semakin tinggi tingkat kritikalitas maka pemantauan harus dilakukan lebih sering. Data dan informasi pencapaian *Key Performance Indicator* dapat diperoleh dari laporan kinerja bulanan, laporan kinerja tahunan, laporan keuangan, survei kepuasan pelanggan, dan survei kepuasan karyawan.

Tahapan pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilakukan meliputi :

Tahap pertama, menghubungi mitra terkait dan mengidentifikasi permasalahan. Pada tahap ini tim PKM mendatangi mitra, berdiskusi dengan pimpinan mengenai kegiatan usaha. Dari hasil diskusi dapat diidentifikasi permasalahan yang terjadi pada mitra saat ini.

Tahap kedua, mengadakan rapat pendahuluan. Pada tahap ini tim PKM membahas mengenai topik pelatihan yang akan diberikan terkait dengan perumusan masalah, meminta persetujuan mitra, dan menentukan deskripsi pekerjaan masing-masing anggota tim.

Tahap ketiga, menyusun materi pelatihan. Pada tahap ini tim PKM menyusun materi pelatihan dalam bentuk modul yang memudahkan bagi peserta pelatihan dalam mengikuti pelatihan.

Tahap keempat, menyampaikan materi pelatihan. Pada tahap ini tim PKM memberikan pelatihan kepada pimpinan dan karyawan yang terkait dengan bidang pemasaran dan produksi melalui tatap muka, diskusi, dan simulasi dalam penentuan indikator KPI yang sesuai dengan UMKM Batik 20 Ikan Mas.

Tahap kelima, melakukan kegiatan pendampingan untuk mengevaluasi efektifitas dari KPI yang ditentukan.

Berdasarkan pelatihan yang diberikan, mitra Batik 20 Ikan Mas menyusun KPI yang dikelompokkan sebagai berikut :

1. *Key Performance Indicator* untuk penjual (*sales*), meliputi : jumlah pembelian (*order*), jumlah pelanggan baru (*customer*), peningkatan keuntungan (*profit*) dan kualitas pembayaran.
2. *Key Performance Indicator* untuk pemasaran dan disain, meliputi : pembuatan corak batik yang baru dan varitas produk sesuai tren mode
3. *Key Performance Indicator* untuk produksi, meliputi : penghematan biaya produksi dan pengurangan limbah.

Sesuai dengan tujuan dan permasalahan yang dihadapi mitra, maka dilakukan pembobotan *Key Performance Indicator* sebagai berikut :

Tabel 2.
Bobot *Key Performance Indicator* UMKM Batik 20 Ikan Mas

<i>Key Performance Indicator</i>	Bobot
Jumlah Order	25%
Jumlah Pelanggan baru	15%
Peningkatan Keuntungan	10%
Kualitas pembayaran	5%
Corak batik baru	10%
Variasi produk	10%
Penghematan biaya produksi	20%
Pengurangan limbah	5%

Sumber : Hasil diskusi

Berdasarkan Tabel 2. Bobot *Key Performance Indicator* UMKM Batik 20 Ikan Mas menunjukkan bahwa level pertama dalam bobot *Key Performance Indicator* (KPI) UMKM Batik 20 Ikan Mas adalah jumlah order (dengan bobot 25%) dan level kedua adalah jumlah pelanggan baru (dengan bobot 15%). Penentuan tingkat level

ini sesuai dengan pemecahan masalah yang dihadapi oleh UMKM Batik 20 Ikan Mas yaitu meningkatkan jumlah penjualan melalui perluasan pangsa pasar. Selanjutnya jika penjualan meningkat dan dapat memasuki pasar baru, diharapkan terjadi peningkatan keuntungan. Maka level ketiga pada pembobotan KPI UMKM Batik 20 Ikan Mas adalah peningkatan keuntungan (dengan bobot 10%). Level 4 adalah corak batik baru (dengan bobot 10%) dan level 5 adalah variasi produk (dengan bobot 10%), merupakan bentuk inovasi produk Batik 20 Ikan Mas sebagai adaptasi terhadap pangsa pasar baru. Level 6 adalah penghematan biaya produksi (dengan bobot 20%) dan level 7 adalah pengurangan limbah (dengan bobot 5%).

Setelah *Key Performance Indicator* ditentukan, langkah selanjutnya adalah menetapkan sasaran untuk masing-masing *Key Performance Indicator*. Sasaran pencapaian KPI diberikan secara kuantitatif, agar mudah untuk diukur dan dibandingkan.

Tabel 3.
Sasaran masing-masing *Key Performance Indicator* UMKM Batik 20 Ikan Mas

KPI	Target	Batas waktu
Jumlah Order	Peningkatan order 50%	Akhir tahun
Jumlah Pelanggan baru	2 pelanggan baru	Per bulan
Peningkatan Keuntungan	10%	Akhir tahun
Kualitas pembayaran	50% membayar ≤30 hari	Tiap bulan
Corak batik baru	5 corak baru	Per kuartal
Variasi produk	5 varian produk baru	Per kuartal
Penghematan biaya produksi	20%	Akhir tahun
Pengurangan limbah	5%	Akhir tahun

Sumber : Hasil diskusi

Tabel 3. Sasaran masing-masing *Key Performance Indicator* (KPI) UMKM Batik 20 Ikan Mas mendeskripsikan bahwa indikator KPI mengenai jumlah order akan dievaluasi sesuai dengan target yang sudah ditentukan yaitu adanya peningkatan order sebesar 50% dengan batasan waktu pengukuran pada akhir tahun. Indikator KPI jumlah pelanggan baru diukur dengan target adanya 2 pelanggan baru tiap bulan. Indikator KPI dalam hal peningkatan keuntungan diukur dengan target adanya peningkatan keuntungan dengan batasan waktu akhir tahun. Indikator kualitas membayar diukur kesesuaian dengan target yaitu rata-rata 50% jumlah pelanggan membayar dalam waktu maksimal 30 hari setiap bulan. Indikator KPI corak batik baru diukur dengan target adanya 5 corak baru per kuartal. Demikianpula target yang sama dalam pengukuran variasi produk yaitu adanya 5 varian produk baru per kuartal. Indikator KPI penghematan biaya produksi diukur dengan target 20% pada akhir tahun, dan indikator KPI pengurangan limbah diukur dengan target 5% dengan batasan akhir tahun.

Setelah *Key Performance Indicator* tersebut ditetapkan maka dituangkan dalam kontrak manajemen dan diformalkan dengan ditandatangani oleh pimpinan UMKM. Kontrak manajemen tersebut akan diperbaharui setiap tahunnya untuk disesuaikan dengan kondisi dan perkembangan perusahaan.

Key Performance Indicator yang telah ditetapkan indikator dan targetnya kemudian diukur dan dilaporkan tiap bulannya. Penjelasan pencapaian kinerja umumnya dimulai dari pencapaian KPI yang paling rendah. Untuk melengkapi laporan pencapaian KPI khususnya yang tidak mencapai target diberikan indikator sebagai upaya yang harus dilakukan untuk memperbaiki kinerja KPI yang tidak memenuhi target. Menurut Arini (2018), untuk memudahkan manajemen dalam memantau dan menandai status pencapaian masing-masing KPI dapat digunakan *Traffic Light System*, seperti berikut :

4. Status hijau jika pencapaian KPI 100% dari target atau melebihi dari 100% target.
5. Status kuning jika pencapaian KPI 95-100% dari target.
6. Status merah jika pencapaian KPI di bawah 95% dari target.

Dalam hal pemantauan hasil *Key Performance Indicator* yang telah dianalisa, maka tim pelaksana kegiatan pengabdian kepada masyarakat melakukan kegiatan pendampingan kepada pihak manajemen/pemilik UMKM Batik 20 Ikan Mas dalam menganalisa data hasil pengukuran *Key Performance Indicator*, memberikan arahan untuk perbaikan dan saran-saran kegiatan yang harus dilakukan lebih lanjut. Jika dibutuhkan pihak manajemen/pemilik UMKM Batik 20 Ikan Mas dapat melakukan dialog dan diskusi dengan karyawan supaya terjalin komunikasi yang baik, kedekatan, dan keselarasan dalam upaya mencapai tujuan UMKM secara Bersama-sama.

KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan yang sudah dilakukan maka dapat dibuat kesimpulan yaitu: pelatihan pengukuran kinerja menggunakan *Key Performance Indicator* berjalan dengan baik, dimana mitra Batik 20 Ikan Mas dapat menentukan dan menyusun *Key Performance Indicator*. Hasil *Key Performance Indicator* tersebut digunakan untuk mengukur dan mengevaluasi efektivitas dari operasional, rencana kerja dan tindakan yang dilakukan guna mencapai target organisasi. Kegiatan pendampingan perlu dilakukan untuk mengevaluasi efektifitas dari hasil *Key Performance Indicator* tersebut. Dengan adanya penentuan target, cara pengukuran, dan evaluasi yang jelas dapat meningkatkan motivasi karyawan dalam meningkatkan kinerja.

Saran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah perlu dilakukan dialog kinerja antara pimpinan dan karyawan sebagai cara untuk mengidentifikasi masalah kinerja, mencari solusi masalah, serta mengambil keputusan penyelesaian masalah untuk kemudian melakukan tindakan perbaikan. Perbaikan secara kontinyu usaha batik terus dapat dilakukan dalam pengembangan kajian selanjutnya, seperti teknik menyusun strategi yang efektif, cara mengelola kinerja dan risiko, dan proses penerapan dan pengembangan pasar batik melalui analisis pasar.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Tarumanagara yang telah mendanai kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) pada mitra Batik 20 Ikan Mas. Terima kasih kepada Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang telah membantu dalam kegiatan administrasi sehingga pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) berjalan dengan baik.

REFERENSI

- Arini T. Soemohadiwidjojo. (2018). *SOP dan KPI untuk UMKM dan Startup*. Raih Asa Sukses: Jakarta.
- Dhamayantie, E., & Fauzan, R. (2017). Penguatan Karakteristik dan Kompetensi Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Kinerja UMKM. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*. <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2017.v11.i01.p07>.
- Freddy Rangkuti. (2016). *SWOT Balanced Scorecard*. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Gunartin. (2017). Penguatan UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal Pendidikan, Hukum Dan Bisnis*.
- Kristiyanti, M. (2016). Peran Indikator Kinerja Dalam Mengukur Kinerja Manajemen. *Majalah Ilmiah INFORMATIKA Vol. 3 No. 3, Sept. 2016*.
- Sarwono, H. A. (2015). Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM). *Bank Indonesia Dan LPPI*.
- Suci, Y. R., Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi*.
- Sudaryanto, Ragimun, & Wijayanti, R. R. (2014). Strategi Pemberdayaan UMKM Menghadapi Pasar Bebas Asean. *Www.Kemenkeu.Go.Id*.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008.
- Wang, P., & He, W. (2012). Research on key performance indicator (KPI) of business process. In *Proceedings of the 2012 2nd International Conference on Business Computing and Global Informatization, BCGIN 2012*. <https://doi.org/10.1109/BCGIN.2012.46>.