

Integrasi Manajemen Strategis dan Manajemen Kinerja Dalam Pengembangan Daya Saing UMKM

Sodirin^{1*}, Junaidi², Hesti Widi Astuti³, Pujianto⁴

^{1,2,3,4}Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai

E-mail: sodirin@saburai.ac.id, jun96360@gmail.com, hestiwidia@saburai.ac.id

Article History:

Received: January 27, 2026

Revised: January 23, 2026

Accepted: February 24, 2026

Keywords:

Strategic Management,
Performance Management,
Competitiveness, MSMEs,
Community Service

Abstract: *Developing the competitiveness of MSMEs requires an integrated approach between strategic management and performance management so that businesses can survive and grow sustainably. This community service aims to improve the capacity of MSME actors in developing targeted business strategies and implementing a performance management system based on measurable indicators. The implementation methods include needs identification, participatory training, assistance in strategic plan development, Key Performance Indicators (KPI) development, as well as monitoring and evaluation. The results of the activities show an increase in MSME actors' understanding of the importance of business environment analysis, competitive strategy formulation, and periodic business performance measurement. In addition, partner MSMEs have successfully developed simple strategic plans and key performance indicators that can be used as business control tools. The integration of strategic management and performance management has proven to help MSMEs improve operational efficient.*

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar utama perekonomian nasional yang memiliki kontribusi signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, serta penguatan ekonomi berbasis masyarakat (Novitasari, 2022). Di berbagai daerah, UMKM menjadi penggerak ekonomi lokal yang mampu menyerap tenaga kerja dan mendorong pertumbuhan sektor riil. Namun demikian, dinamika lingkungan bisnis yang semakin kompleks menuntut UMKM untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga mampu beradaptasi dan bersaing secara berkelanjutan (Yuwono & Vaddhano, 2025).

Perkembangan teknologi digital, perubahan perilaku konsumen, serta meningkatnya kompetisi pasar menuntut pelaku UMKM untuk memiliki arah strategi yang jelas (Nugroho & Ilham, 2026). Banyak UMKM masih beroperasi dengan pendekatan manajerial tradisional yang berorientasi pada aktivitas harian tanpa perencanaan jangka panjang. Keputusan usaha seringkali diambil secara spontan berdasarkan intuisi, bukan melalui analisis strategis yang sistematis (Purnamasari et al., 2026). Kondisi ini menyebabkan UMKM rentan terhadap perubahan pasar dan kesulitan dalam mengembangkan skala usahanya.

Manajemen strategis sebagaimana dikemukakan oleh Fred R. David merupakan seni dan ilmu dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya (Umar, 2021). Dalam konteks UMKM, manajemen strategis membantu pelaku usaha untuk mengidentifikasi kekuatan internal, memahami peluang pasar, serta merancang strategi yang sesuai dengan karakteristik usaha (Malik et al., 2024).

Penerapan manajemen strategis pada UMKM bukan berarti harus menggunakan pendekatan yang kompleks, tetapi dapat dimulai dari penyusunan visi, misi, analisis sederhana lingkungan usaha, serta perencanaan program kerja. Dengan adanya arah yang jelas, pelaku UMKM dapat memfokuskan sumber daya yang terbatas pada aktivitas yang memiliki nilai tambah tinggi (Wahyuni et al., 2026).

Namun demikian, strategi yang baik tidak akan memberikan hasil optimal apabila tidak diikuti dengan sistem pengukuran kinerja yang jelas (Nugrahayu, 2015). Banyak UMKM hanya mengukur keberhasilan usaha berdasarkan besarnya laba atau omzet,

tanpa memperhatikan aspek lain seperti kepuasan pelanggan, efisiensi operasional, atau kualitas produk. Padahal, manajemen kinerja berfungsi sebagai alat kontrol untuk memastikan bahwa strategi yang dirumuskan benar-benar dijalankan secara konsisten.

Konsep *Balanced Scorecard* yang dikembangkan oleh Robert S. Kaplan dan David P. Norton menekankan pentingnya keseimbangan antara perspektif keuangan dan non-keuangan dalam pengukuran kinerja organisasi (Rinawati, 2024). Pendekatan ini relevan bagi UMKM karena dapat membantu pelaku usaha memahami bahwa keberhasilan tidak hanya ditentukan oleh keuntungan jangka pendek, tetapi juga oleh kepuasan pelanggan, proses bisnis internal yang efisien, serta pembelajaran dan pertumbuhan usaha.

Permasalahan yang ditemukan di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM belum memiliki: Dokumen perencanaan strategis yang tertulis, Analisis pasar dan pesaing yang sistematis, Indikator kinerja utama (*Key Performance Indicators/KPI*) yang terukur, Sistem evaluasi usaha yang berbasis data.

Ketiadaan integrasi antara strategi dan kinerja menyebabkan UMKM sulit berkembang secara terarah. Strategi tidak terdokumentasi dengan baik, sementara kinerja tidak terukur secara objektif. Akibatnya, pelaku usaha kesulitan melakukan perbaikan berkelanjutan (*continuous improvement*).

Selain itu, tantangan daya saing UMKM juga berkaitan dengan kualitas produk, inovasi, pemasaran digital, serta efisiensi biaya (Virgiyanti et al., 2025). Tanpa strategi yang jelas dan sistem evaluasi yang terstruktur, upaya peningkatan daya saing menjadi tidak optimal. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang tidak hanya memberikan pelatihan teori, tetapi juga pendampingan praktis dalam menyusun rencana strategis dan sistem manajemen kinerja yang sederhana namun aplikatif.

Integrasi manajemen strategis dan manajemen kinerja diharapkan mampu menjadi solusi praktis bagi UMKM dalam meningkatkan daya saing. Melalui pendekatan ini, pelaku usaha dapat memahami arah pengembangan bisnis sekaligus memiliki alat ukur untuk mengevaluasi pencapaian target secara berkala. Dengan demikian, UMKM dapat tumbuh secara berkelanjutan dan adaptif terhadap perubahan lingkungan usaha.

Berdasarkan latar belakang tersebut, kegiatan pengabdian ini dirancang untuk menjawab beberapa permasalahan utama, yaitu : Bagaimana meningkatkan pemahaman

pelaku UMKM mengenai pentingnya manajemen strategis dalam pengembangan usaha?, Bagaimana membantu UMKM menyusun rencana strategis yang sederhana namun aplikatif?, Bagaimana merancang sistem manajemen kinerja berbasis indikator terukur yang sesuai dengan karakteristik UMKM?, Bagaimana mengintegrasikan strategi dan pengukuran kinerja untuk meningkatkan daya saing usaha secara berkelanjutan?.

Sejalan dengan permasalahan tersebut, tujuan pengabdian ini adalah: Memberikan pemahaman konseptual dan praktis mengenai manajemen strategis kepada pelaku UMKM, Mendampingi penyusunan visi, misi, analisis SWOT, serta program strategis usaha, Membantu pelaku UMKM merumuskan Key Performance Indicators (KPI) yang relevan dan mudah diterapkan, Mendorong integrasi antara perencanaan strategis dan sistem pengukuran kinerja sebagai upaya meningkatkan daya saing UMKM.

Dengan tercapainya tujuan tersebut, diharapkan UMKM memiliki kemampuan manajerial yang lebih baik, sistem kerja yang terstruktur, serta mekanisme evaluasi yang mendukung pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif dan aplikatif dengan menekankan pada integrasi antara manajemen strategis dan manajemen kinerja dalam pengembangan daya saing UMKM. Metode yang digunakan dirancang secara sistematis agar tidak hanya memberikan pemahaman konseptual, tetapi juga menghasilkan output nyata berupa dokumen rencana strategis dan indikator kinerja usaha yang dapat langsung diterapkan oleh mitra UMKM.

Secara umum, metode pelaksanaan terdiri atas lima tahapan utama, yaitu: (1) identifikasi dan analisis kebutuhan, (2) pelatihan manajemen strategis, (3) pelatihan manajemen kinerja, (4) pendampingan penyusunan dokumen strategis dan KPI, serta (5) monitoring dan evaluasi.

Pendekatan dan Desain Kegiatan

Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini adalah Participatory Action Approach, di mana pelaku UMKM tidak hanya menjadi objek pelatihan, tetapi juga subjek aktif dalam proses perencanaan dan implementasi strategi usaha. Pendekatan ini dipilih karena karakteristik UMKM yang sangat dipengaruhi oleh pengalaman praktis dan

konteks usaha masing-masing.

Desain kegiatan disusun dalam bentuk siklus pembelajaran yang terdiri atas : Identifikasi masalah aktual usaha, Perumusan solusi berbasis konsep manajemen, Implementasi strategi sederhana, Evaluasi dan perbaikan berkelanjutan. Model ini memungkinkan terjadinya transfer pengetahuan sekaligus perubahan perilaku manajerial pelaku UMKM.

Tahap Identifikasi dan Analisis Kebutuhan

Tahap awal dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara mendalam, serta diskusi kelompok terarah (Focus Group Discussion/FGD). Tujuan tahap ini adalah untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai kondisi usaha mitra sebelum pelaksanaan program.

Beberapa aspek yang dianalisis meliputi : Profil usaha dan struktur organisasi sederhana, Sistem pencatatan keuangan, Strategi pemasaran yang digunakan, Permasalahan operasional yang sering dihadapi, Pola pengambilan keputusan usaha.

Analisis kebutuhan dilakukan menggunakan pendekatan SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Pelaku UMKM diajak untuk mengidentifikasi kekuatan internal seperti kualitas produk atau loyalitas pelanggan, serta kelemahan seperti keterbatasan modal atau promosi yang belum optimal. Pada sisi eksternal, peserta menganalisis peluang pasar dan ancaman persaingan.

Hasil analisis ini menjadi dasar dalam menyusun materi pelatihan dan strategi pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan nyata mitra.

Pelatihan Manajemen Strategis

Tahap kedua berupa pelatihan manajemen strategis yang bertujuan meningkatkan pemahaman konseptual dan praktis pelaku UMKM mengenai pentingnya perencanaan usaha jangka menengah dan panjang.

Materi yang diberikan mencakup : a. Konsep Dasar Manajemen Strategis : Peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya visi, misi, dan tujuan usaha. Penjelasan dilakukan secara sederhana dengan contoh konkret yang relevan dengan usaha peserta, b. Analisis Lingkungan Usaha : Peserta dilatih melakukan analisis pasar, mengenali segmen pelanggan, serta memahami posisi produk dibandingkan pesaing. Teknik analisis dilakukan secara sederhana agar mudah diterapkan oleh UMKM skala mikro dan kecil, c.

Perumusan Strategi Usaha : Peserta dibimbing menyusun strategi diferensiasi produk, strategi harga, serta strategi pemasaran. Pendekatan yang digunakan menyesuaikan dengan skala usaha dan sumber daya yang dimiliki.

Metode pelatihan dilakukan melalui : Ceramah interaktif, Diskusi kelompok, Studi kasus usaha peserta, Simulasi penyusunan strategi.

Pendekatan ini memungkinkan peserta memahami materi sekaligus langsung mempraktikkannya dalam konteks usaha masing-masing.

Pelatihan Manajemen Kinerja

Tahap berikutnya adalah pelatihan manajemen kinerja yang bertujuan membantu UMKM mengukur dan mengevaluasi pencapaian strategi yang telah dirumuskan. Materi pelatihan meliputi:

- a. Konsep Pengukuran Kinerja : Peserta diberikan pemahaman bahwa kinerja usaha tidak hanya diukur dari laba, tetapi juga dari indikator non-keuangan seperti kepuasan pelanggan, kualitas produk, dan efisiensi proses produksi.
- b. Penyusunan Key Performance Indicators (KPI) : Tim pengabdian membimbing peserta menyusun KPI yang sederhana, realistis, dan terukur. Contoh indikator yang disusun antara lain : Target peningkatan penjualan bulanan (%), Jumlah pelanggan baru per bulan, Tingkat pengembalian produk cacat, Efisiensi biaya produksi.

Sistem Monitoring dan Evaluasi

Peserta diajarkan cara melakukan pencatatan sederhana menggunakan format tabel manual atau aplikasi sederhana yang mudah diakses. Evaluasi dilakukan secara berkala (bulanan atau triwulanan).

Pelatihan dilakukan dengan metode praktik langsung agar setiap peserta menghasilkan draft KPI yang siap diterapkan.

Pendampingan Penyusunan Dokumen Strategis dan KPI

Setelah pelatihan, kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan intensif. Pada tahap ini, tim pengabdian : Membantu menyusun dokumen rencana strategis usaha yang memuat visi, misi, analisis SWOT, tujuan, dan program kerja. Menyempurnakan indikator kinerja agar sesuai dengan kapasitas usaha, Menyesuaikan target kinerja agar realistis dan dapat dicapai.

Pendampingan dilakukan secara individual agar solusi yang diberikan lebih spesifik

dan kontekstual. Dalam proses ini, dilakukan diskusi mendalam mengenai hambatan implementasi strategi serta alternatif solusi.

Monitoring dan Evaluasi Program

Monitoring dan evaluasi dilakukan untuk mengukur efektivitas kegiatan pengabdian. Evaluasi dilakukan melalui : Pre-test dan post-test, untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta. Evaluasi dokumen strategis, untuk menilai kelengkapan dan kualitas rencana usaha yang disusun. Observasi implementasi awal, untuk melihat sejauh mana strategi dan KPI mulai diterapkan.

Indikator keberhasilan program meliputi : Tersusunnya dokumen rencana strategis UMKM, Tersusunnya minimal 4–6 KPI yang terukur, Adanya komitmen peserta untuk melakukan evaluasi berkala. Peningkatan pemahaman peserta terhadap konsep strategi dan kinerja.

Hasil monitoring digunakan sebagai dasar rekomendasi tindak lanjut, termasuk kemungkinan pendampingan lanjutan atau pelatihan tambahan.

Hasil

Peningkatan Kapasitas Manajemen Strategis

Setelah pelatihan, pelaku UMKM mampu merumuskan visi dan misi usaha secara lebih jelas. Sebagian besar peserta sebelumnya belum pernah menyusun rencana usaha secara tertulis. Melalui kegiatan ini, UMKM berhasil menyusun strategi pemasaran dan pengembangan produk berbasis analisis pasar. Peserta juga mulai memahami pentingnya diferensiasi produk dan peningkatan kualitas layanan sebagai bentuk keunggulan kompetitif.

Implementasi Manajemen Kinerja

UMKM mitra berhasil menyusun KPI sederhana yang mencakup : Target penjualan bulanan, Persentase peningkatan pelanggan, Pengendalian biaya produksi, Evaluasi kualitas produk. Sebelum program, pengukuran kinerja hanya didasarkan pada perkiraan laba. Setelah pendampingan, pelaku UMKM mulai melakukan pencatatan dan evaluasi berkala.

Integrasi Strategi dan Kinerja terhadap Daya Saing

Integrasi antara strategi dan pengukuran kinerja memberikan dampak nyata, antara lain : Peningkatan konsistensi dalam pencapaian target usaha, Pengambilan

keputusan berbasis data, Efisiensi biaya operasional, Peningkatan kualitas layanan, Dengan adanya rencana strategis yang terukur, UMKM lebih siap menghadapi persaingan dan perubahan pasar.

Kesimpulan

Program pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa integrasi manajemen strategis dan manajemen kinerja dapat meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM. Pelaku usaha menjadi lebih terarah dalam menjalankan bisnis karena memiliki visi, strategi, serta indikator kinerja yang jelas.

Pendekatan ini tidak hanya membantu UMKM dalam meningkatkan kinerja keuangan, tetapi juga memperkuat aspek non-keuangan seperti kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan efisiensi operasional.

Implikasi Praktis

1. UMKM perlu menyusun rencana strategis tertulis sebagai pedoman usaha.
2. Pengukuran kinerja harus dilakukan secara berkala dengan indikator yang jelas.
3. Pemerintah daerah dan perguruan tinggi perlu mendorong program pendampingan berkelanjutan bagi UMKM.
4. Integrasi strategi dan kinerja menjadi kunci dalam menciptakan UMKM yang berdaya saing dan berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Malik, A., Djaganata, A. Y., Kurniawan, N. E., & Oktavia, Y. (2024). *Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Marketing Strategy Analysis In Micro , Small And Medium Enterprises (Msmes)*. 7155–7169.
- Novitasari, A. T. (2022). *Kontribusi Umkm Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Era Digitalisasi Melalui Peran Pemerintah*. 9(2), 184–204.
- Nugrahayu, E. R. (2015). *Penerapan Metode Balanced Scorecard Sebagai Tolok Ukur Pengukuran Kinerja Perusahaan Erika Ributari Nugrahayu*. 4(10).
- Nugroho, N. A., & Ilham, M. (2026). *Strategi Komunikasi UMKM Dalam Menghadapi Perubahan Pasar Di Era Digital*. 2(1), 57–62.
- Purnamasari, I., Cantika, G., Ibnul, L., Alif, A., Abdillah, Z., Buana, U., Karawang, P.,

- Keputusan, P., Usaha, K., Durian, S., & Digital, L. (2026). *Jurnal Transformasi Ekonomi Dan Inovasi Keuangan Jurnal Transformasi Ekonomi Dan Inovasi Keuangan*. 10(1), 66–80.
- Rinawati, Y. (2024). *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK) Implementasi Balanced Scorecard Dalam Pengukuran Kinerja Di Rumah Sakit Islam Aminah Blitar*. 6(4), 343–354.
- Umar, M. (2021). *Manajemen Strategis Pada Organisasi Non Profit (Onp)*. 166–180.
- Virgiyanti, D. F., Manaanu, Y. Al, Kamaluddin, I., & Galih, B. (2025). *Manajemen Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM*. 6(225), 189–201.
<https://doi.org/10.33474/jp2m.V6i1.23284>
- Wahyuni, P. R., Hamzah, A., Agribisnis, P. S., Pertanian, F., & Wiraraja, U. (2026). *Model Strategi Pengembangan Agribisnis Umkm*. 15(2), 243–248.
- Yuwono, M. A., & Vaddhano, N. (2025). *Mengembangkan Keunggulan Bersaing UMKM Melalui Enterprise Risk Management Dan Kapabilitas Dinamis Di Surabaya Dan Lampung*. 2(1).