



Evaluasi Kinerja Operasional UMKM Jasa Kecantikan Berbasis Key Performance Indicators (KPI): Studi Kasus pada Mutiara Salon Yogyakarta

Tamara Dwi Rahayu

Magister Manajemen, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Yogyakarta, Indonesia

Alamat: Jl. Kusumanegara No.157, Muja Muju, Kec. Umbulharjo, Kota Yogyakarta, Daerah

Istimewa Yogyakarta 55165

Korespondensi penulis: tamaradwi09@gmail.com

Abstract. *Background: Micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in the service sector, especially beauty salons, have an important role in supporting the local economy. However, many MSME actors have not adopted a structured performance evaluation system. This research was conducted to fill the research gap related to the application of Key Performance Indicators (KPI) in measuring the operational performance of MSMEs in the service sector. Objective: This study aims to evaluate the effectiveness and efficiency of the operational performance of Mutiara Salon Yogyakarta through the application of nine key KPI indicators, as well as identify areas of strength and opportunities for managerial improvement. Methods: The approach of this research is qualitative descriptive with a case study method. Data was collected through in-depth interviews, direct observations, and in-salon documentation. Data analysis was carried out descriptively through the stages of data reduction, presentation, and conclusion drawn, with validity tested through triangulation of sources and methods. Results: The results showed that out of the nine KPI indicators, five indicators reached the maximum target (100%), three indicators were close to the target (75–84%), and one indicator reached 83% of the target. The overall total achievement was 91.32%, which reflects operational performance in the excellent category. Conclusion: The implementation of KPIs has been proven to be able to provide an objective picture of the performance of service MSMEs such as Mutiara Salon. These findings suggest that indicator-based evaluation systems can be used for more targeted strategic decision-making, strengthening internal efficiency, and increasing competitiveness in the service market.*

Keywords: *Performance Evaluation; Key Performance Indicators; MSMEs, Beauty Salons.*

Abstrak.

Abstrak. Latar Belakang: Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor jasa, khususnya salon kecantikan, memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian lokal. Namun, banyak pelaku UMKM yang belum mengadopsi sistem evaluasi kinerja yang terstruktur. Penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan riset terkait penerapan Key Performance Indicators (KPI) dalam pengukuran kinerja operasional UMKM sektor jasa. Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi kinerja operasional Mutiara Salon Yogyakarta melalui penerapan sembilan indikator KPI utama, serta mengidentifikasi area kekuatan dan peluang perbaikan manajerial. Metode: Pendekatan penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi internal salon. Analisis data dilakukan secara deskriptif melalui tahapan reduksi data, penyajian, dan penarikan kesimpulan, dengan validitas diuji melalui triangulasi sumber dan metode. Hasil: Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari sembilan indikator KPI, lima indikator mencapai target maksimal (100%), tiga indikator mendekati target (75–84%), dan satu indikator mencapai 83% dari target. Total capaian keseluruhan adalah 91,32%, yang mencerminkan kinerja operasional dalam kategori sangat baik. Kesimpulan: Penerapan KPI terbukti mampu memberikan gambaran objektif mengenai kinerja UMKM jasa seperti Mutiara Salon. Temuan ini menunjukkan bahwa sistem evaluasi berbasis indikator dapat digunakan untuk pengambilan keputusan strategis yang lebih terarah, memperkuat efisiensi internal, dan meningkatkan daya saing di pasar jasa.

Kata Kunci: *Evaluasi Kinerja; Key Performance Indicators; UMKM, Salon Kecantikan.*

PENDAHULUAN

Sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia memegang peran vital dalam mendukung perekonomian nasional (Jefri and Ibrohim 2021; Winarti, Purnomo, and

Akhmad 2019). Salah satu bentuk usaha yang berkembang pesat di sektor ini adalah salon kecantikan, yang tidak hanya memenuhi kebutuhan estetika masyarakat tetapi juga menciptakan lapangan kerja dan peluang ekonomi lokal (Rahayu and Kirana 2024). Salah satu pelaku UMKM di bidang ini adalah Mutiara Salon Yogyakarta, yang berlokasi di Jl. Pogung Kidul No.3, Pogung Kidul, Sinduadi, Kec. Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Dalam menghadapi dinamika persaingan industri jasa, upaya peningkatan kualitas layanan dan efektivitas operasional menjadi kebutuhan yang tidak terelakkan (Royan et al. 2024).

Namun demikian, masih banyak UMKM termasuk salon kecantikan yang belum menerapkan sistem evaluasi kinerja berbasis indikator yang terstruktur dan terukur (Rambe et al. 2024). Pengelolaan usaha cenderung berjalan secara intuitif tanpa adanya tolok ukur kinerja yang objektif. Padahal, dalam konteks manajemen modern, penggunaan Key Performance Indicators (KPI) telah terbukti efektif sebagai alat ukur yang dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan operasional, serta membantu manajer usaha dalam mengambil keputusan yang lebih strategis dan berbasis data (Khansa et al. 2022; Yalsika et al. 2025).

Studi terdahulu mengenai KPI umumnya lebih banyak difokuskan pada sektor korporasi besar, manufaktur, atau layanan kesehatan, sementara sektor jasa mikro seperti salon kecantikan masih relatif minim tersentuh dalam kajian akademik. Inilah yang menunjukkan adanya riset gap, di mana pengaplikasian KPI pada sektor UMKM, khususnya usaha jasa kecantikan, masih belum banyak dikaji secara sistematis. Selain itu, mayoritas penelitian terdahulu lebih menitikberatkan pada aspek kepuasan pelanggan atau pemasaran, bukan pada evaluasi menyeluruh terhadap kinerja operasional internal berbasis indikator kuantitatif (Setiawan and Purba 2020).

Dalam konteks tersebut, penelitian ini menawarkan bentuk penerapan sistematis KPI pada UMKM jasa kecantikan melalui studi kasus pada Mutiara Salon Yogyakarta. Dengan menggabungkan sembilan indikator utama seperti pelatihan karyawan, tingkat kepuasan pelanggan, promosi, dan pengelolaan keuangan, penelitian ini bertujuan mengevaluasi secara menyeluruh efektivitas dan efisiensi operasional salon.

Adapun manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pelaku UMKM, khususnya pengusaha salon, dalam menerapkan sistem pengukuran kinerja yang terstruktur. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya literatur mengenai manajemen operasional UMKM sektor jasa dan membuka peluang kajian lanjutan mengenai integrasi KPI dalam pengembangan usaha kecil berbasis layanan. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi lembaga pendamping UMKM atau pemerintah daerah dalam menyusun program penguatan kapasitas manajerial bagi pelaku usaha jasa lokal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus, yang bertujuan untuk mengevaluasi kinerja operasional Mutiara Salon Yogyakarta berdasarkan indikator Key Performance Indicators (KPI). Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai implementasi, pencapaian, serta tantangan yang dihadapi dalam pengelolaan operasional usaha berbasis indikator kinerja di sektor UMKM jasa kecantikan.

1. Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Mutiara Salon Yogyakarta, yang berlokasi di Jl. Pogung Kidul No.3, Pogung Kidul, Sinduadi, Kec. Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Subjek dalam penelitian ini meliputi pemilik usaha, manajer operasional (jika ada),

serta karyawan salon yang berperan langsung dalam aktivitas layanan, pemasaran, dan manajemen internal.

2. Teknik Pengumpulan Data

- a. Wawancara mendalam (in-depth interview) kepada pemilik dan staf salon guna menggali informasi mengenai pelaksanaan program kerja, pencapaian indikator, dan persepsi terhadap efektivitas pengelolaan usaha.
- b. Observasi langsung terhadap aktivitas operasional harian, termasuk pelayanan kepada pelanggan, kebersihan lingkungan kerja, serta pelaksanaan promosi dan pelatihan.
- c. Dokumentasi, yaitu penelaahan terhadap dokumen internal seperti laporan keuangan, rekap kegiatan promosi, jadwal pelatihan, dan data pelanggan, untuk mengukur pencapaian indikator secara faktual.

3. Instrumen Penelitian

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah pedoman wawancara dan lembar observasi yang disusun berdasarkan sembilan indikator utama KPI, yaitu:

KPI	Deskripsi
Pelatihan Karyawan	Memastikan semua karyawan mengikuti pelatihan berkala untuk meningkatkan keterampilan layanan.
Tingkat Kepuasan Pelanggan	Mengukur seberapa puas pelanggan melalui survey dan feedback setelah layanan.
Promosi dan Pemasaran	Menjalankan promosi yang dapat menarik pelanggan baru, seperti diskon atau event khusus.
Peningkatan Penjualan Produk	Memantau penjualan produk kecantikan yang dijual di salon.
Penilaian Kinerja & Kebersihan	Memastikan kualitas layanan dan kebersihan salon terjaga dengan baik.
Pengelolaan Keuangan	Memastikan bahwa laporan keuangan dikelola dengan baik dan laporan bulanan disusun dengan benar.
Evaluasi Kinerja & Pengembangan Karir	Memberikan evaluasi kinerja kepada karyawan dan mengembangkan jalur karir untuk mereka.
Pelanggan Setia	Meningkatkan jumlah pelanggan yang kembali untuk menggunakan layanan salon.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif, dengan tahapan: reduksi data, yaitu menyaring data dari hasil wawancara dan observasi untuk fokus pada informasi yang relevan terhadap indikator kinerja, penyajian data, dalam bentuk narasi dan tabel capaian masing-masing indikator KPI, dan penarikan kesimpulan, untuk menentukan sejauh mana Mutiara Salon berhasil mencapai target-target kinerja berdasarkan indikator yang ditetapkan.

5. Validitas Data

Untuk menjamin keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode. Data dari wawancara akan dibandingkan dengan hasil observasi dan dokumentasi guna memperoleh gambaran yang objektif dan valid.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

No	Sasaran Kinerja	Bobot (%)	Target Tahunan	Capaian	Penilaian (%)	Keterangan
1	Pelaksanaan Pelatihan Keterampilan Dasar Karyawan	20%	2 kali pelatihan, 100% karyawan ikut	Tercapai (2 pelatihan, 100% partisipasi)	20%	Target terpenuhi
2	Tingkat Kepuasan Pelanggan	15%	>85% pelanggan puas	88% pelanggan puas berdasarkan survei	15%	Melebihi target
3	Promosi dan Pemasaran untuk Menarik Pelanggan Baru	15%	4 promosi besar per tahun	3 promosi besar, respons positif	11.25%	Capaian 75% dari target
4	Peningkatan Layanan melalui Pelatihan Praktek Kerja	10%	80% staf terlatih	60% staf ikut pelatihan	7.5%	Capaian 75% dari target
5	Peningkatan Penjualan Produk Kecantikan	10%	Rp 50.000.000,-	Rp 42.000.000,-	8.4%	Capaian 84% dari target
6	Penilaian Kinerja dan Kebersihan Salon	10%	100% kebersihan setiap bulan	Tercapai (0 keluhan, inspeksi rutin)	10%	Target terpenuhi
7	Pengelolaan Keuangan dan Laporan Keuangan	10%	Laporan bulanan lengkap	12 laporan bulanan disusun tepat waktu	10%	Target terpenuhi
8	Evaluasi Kinerja Karyawan dan Pengembangan Karir	5%	Evaluasi 100% karyawan	Tercapai (evaluasi setiap 6 bulan)	5%	Target terpenuhi
9	Meningkatkan Jumlah Pelanggan Setia	5%	30% pelanggan kembali	25% pelanggan kembali	4.17%	Capaian 83% dari target

Sumber : Peneliti (2025)

Berdasarkan hasil penilaian sembilan indikator Key Performance Indicators (KPI) pada Mutiara Salon Yogyakarta, diperoleh total capaian kinerja sebesar 91,32% dari bobot keseluruhan. Secara umum, sebagian besar indikator menunjukkan pencapaian yang memuaskan. Indikator seperti pelatihan keterampilan dasar karyawan, tingkat kepuasan pelanggan, kebersihan salon, pengelolaan keuangan, serta evaluasi kinerja karyawan menunjukkan capaian maksimal dan memenuhi target yang telah ditetapkan.

Sementara itu, beberapa indikator lain masih menunjukkan ruang untuk perbaikan. Promosi dan pemasaran pelanggan baru hanya mencapai 75% dari target, begitu pula dengan pelatihan keterampilan lanjutan yang hanya diikuti oleh 60% staf dari target 80%. Penjualan produk kecantikan tercapai sebesar Rp 42.000.000 atau 84% dari target, sedangkan tingkat pelanggan setia menunjukkan capaian 25% dari target 30%. Meskipun demikian, capaian tersebut tetap menunjukkan performa usaha yang kuat dan terukur secara manajerial.

Secara keseluruhan, hasil evaluasi ini mengindikasikan bahwa Mutiara Salon telah mengimplementasikan praktik manajemen operasional berbasis indikator kinerja secara baik, dengan pencapaian sebagian besar target utama yang berdampak langsung pada kepuasan pelanggan dan efisiensi proses internal.

Pembahasan

Hasil evaluasi kinerja berbasis Key Performance Indicators (KPI) pada Mutiara Salon Yogyakarta menunjukkan capaian total sebesar 91,32%, yang secara kuantitatif mencerminkan kinerja operasional dalam kategori sangat baik. Capaian ini tidak hanya menunjukkan bahwa sebagian besar target indikator berhasil dipenuhi, tetapi juga mengindikasikan adanya sistem pengelolaan usaha yang relatif tertata dan berorientasi pada perbaikan berkelanjutan. Namun demikian, analisis secara lebih mendalam atas tiap indikator memberikan wawasan kritis terhadap aspek yang menjadi kekuatan dan tantangan operasional salon sebagai unit usaha jasa berbasis UMKM.

Indikator-indikator yang mencapai nilai maksimal seperti pelatihan dasar karyawan (20%), tingkat kepuasan pelanggan (15%), pengelolaan keuangan (10%), kebersihan salon (10%), dan evaluasi karyawan (5%), menunjukkan bahwa Mutiara Salon telah berhasil menempatkan prioritas pada aspek fundamental manajemen, yakni sumber daya manusia, kualitas layanan, dan sistem pencatatan usaha. Tingginya tingkat kepuasan pelanggan (88%) merupakan refleksi langsung dari keberhasilan pelatihan dasar dan kedisiplinan dalam menjaga kebersihan serta standar pelayanan. Selain itu, kemampuan menyusun laporan keuangan secara tepat waktu setiap bulan menandakan adanya kesadaran akan pentingnya transparansi dan pengelolaan keuangan yang terstruktur, yang menjadi kekuatan penting dalam keberlanjutan usaha UMKM.

Di sisi lain, beberapa indikator menunjukkan kinerja yang belum optimal. Pada indikator promosi dan pemasaran, realisasi hanya mencapai 75% dari target tahunan. Hal ini menandakan bahwa meskipun kegiatan promosi dilakukan dan mendapat respons positif, intensitas dan frekuensinya belum cukup untuk mencapai tujuan menarik pelanggan baru secara maksimal. Dampaknya, potensi ekspansi pasar dan peningkatan pelanggan baru menjadi terhambat. Selain itu, tingkat pelatihan lanjutan staf hanya mencapai 60%, yang menandakan adanya kesenjangan keterampilan antar staf yang dapat mempengaruhi konsistensi kualitas pelayanan. Apabila tidak segera ditingkatkan, hal ini berpotensi menghambat daya saing salon, terutama di tengah persaingan industri jasa yang semakin ketat dan dinamis.

Kinerja pada aspek penjualan produk kecantikan juga belum sepenuhnya mencapai target, yakni hanya 84% dari yang ditetapkan. Ini mengindikasikan bahwa terdapat peluang pengembangan dari sisi pemasaran produk non-layanan (produk retail), yang jika dimaksimalkan dapat menjadi sumber pendapatan tambahan. Sementara itu, loyalitas pelanggan, yang diukur melalui persentase pelanggan yang kembali dalam 3 bulan, hanya mencapai 25% dari target 30%. Meski tergolong mendekati target, angka ini menunjukkan bahwa customer retention masih menjadi tantangan, yang bisa disebabkan oleh kurangnya program loyalitas pelanggan atau personalisasi layanan.

Secara keseluruhan, dampak dari hasil evaluasi ini sangat signifikan bagi perusahaan. Pertama, hasil ini memberikan gambaran objektif mengenai efektivitas manajemen usaha saat ini, serta menjadi dasar untuk pengambilan keputusan strategis yang lebih akurat. Kedua, identifikasi indikator yang belum optimal membuka ruang untuk pengembangan, seperti peningkatan intensitas promosi, perencanaan pelatihan berjenjang, serta implementasi program retensi pelanggan yang lebih terstruktur. Ketiga, hasil ini memperkuat posisi salon dalam menghadapi tantangan eksternal, karena perusahaan kini memiliki kerangka ukur berbasis data yang dapat digunakan sebagai bahan pertanggungjawaban, perencanaan anggaran, serta penilaian efektivitas kebijakan manajerial.

Dengan demikian, penerapan sistem evaluasi kinerja berbasis KPI pada UMKM jasa seperti Mutiara Salon terbukti mampu memberikan insight manajerial yang bernilai tinggi. Lebih dari sekadar alat ukur, KPI berfungsi sebagai instrumen pembelajaran organisasi untuk mengelola pertumbuhan secara berkelanjutan, profesional, dan terukur.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kinerja operasional Mutiara Salon Yogyakarta sebagai salah satu bentuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor jasa kecantikan, dengan menggunakan pendekatan Key Performance Indicators (KPI) sebagai alat ukur. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa dari sembilan indikator kinerja yang ditetapkan, sebagian besar target telah tercapai, dengan total capaian keseluruhan sebesar 91,32% dari bobot total. Capaian tersebut menandakan bahwa salon telah menjalankan operasionalnya secara efektif dan efisien, khususnya dalam aspek pelatihan dasar karyawan, kebersihan salon, pengelolaan keuangan, dan kepuasan pelanggan.

Meskipun demikian, masih terdapat beberapa indikator yang belum mencapai target optimal, seperti promosi dan pemasaran, pelatihan keterampilan lanjutan staf, penjualan produk kecantikan, dan loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun dasar operasional telah berjalan dengan baik, dibutuhkan upaya perbaikan dan penguatan strategi, terutama dalam hal peningkatan kompetensi sumber daya manusia secara berkelanjutan, inovasi pemasaran, serta pengelolaan relasi pelanggan.

Secara konseptual, penelitian ini membuktikan bahwa penerapan KPI pada UMKM sektor jasa mampu memberikan gambaran yang terstruktur dan obyektif mengenai performa usaha, serta dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan manajerial yang lebih tepat sasaran. Penelitian ini juga memperkuat pentingnya pendekatan evaluatif yang terukur dalam meningkatkan profesionalisme dan daya saing UMKM di tengah persaingan industri yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Jefri, Ulfi, dan Ibrohim Ibrohim. “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Puloampel Kabupaten Serang Banten.” *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo* 7, no. 1 (6 Juli 2021): 86–100. <https://doi.org/10.35906/jm001.v7i1.730>.
- Khansa, Shafa Salsabila, Della Novia Ramadhan, Ahmad Fadil Alfarisy, dan Fitroh Fitroh. “Perkembangan Evaluasi Tata Kelola Teknologi Informasi: Literature Review.” *Journal of Computer Science and Engineering (JCSE)* 3, no. 2 (1 September 2022): 95–106.
- Rahayu, Tamara Dwi, dan Kusuma Candra Kirana. “Pengembangan Dan Implementasi Human Resource Scorecard.” *JURNAL ILMIAH EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS DAN AKUNTANSI* 1, no. 2 (25 Juni 2024): 522–27. <https://doi.org/10.61722/jemba.v1i2.240>.
- Rambe, Fadil Azury Farega, Raihan Ananda Azma, Maureen Christy A. Br Simarmata, Nasirwan Nasirwan, Zamhir Basem, dan Nisha Marina. “Literature Review: Pengukuran Kinerja Sektor Publik Di Era Globalisasi.” *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis* 2, no. 2 (28 Agustus 2024): 06–11.
- Royan, Fadhil Ar, Maharani Nazwa, Shella Anggraini Nurfadliah, Shiva Aprilia, Winni Fazira, dan Hendra Riofita. “Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Era Digital Pada E-Commerce Di Kota Pekanbaru.” *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi* 2, no. 5 (9 Januari 2024): 801–8. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v2i5.1771>.
- Setiawan, Indra, dan Humiras Hardi Purba. “A Systematic Literature Review of Key Performance Indicators (KPIs) Implementation.” *Journal of Industrial Engineering & Management Research* 1, no. 3 (29 Oktober 2020): 200–208. <https://doi.org/10.7777/jiemar.v1i3.79>.
- Winarti, Euis, D. Purnomo, dan Jaenudin Akhmad. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung Jakarta Timur.” *JURNAL LENTERA BISNIS* 8, no. 2 (22 November 2019): 38–48. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v8i2.319>.
- Yalsika, Elga Frichila, Faizah Laila Hanum, Syifa Sabilillah, Yulia Hanoselina, dan Rizki Syafril. “Gaya Kepemimpinan Erick Thohir Dalam Membentuk Kebijakan Dan Meningkatkan Prestasi Kementerian BUMN: Suatu Kajian Literatur.” *Jurnal Intelek Insan Cendikia* 2, no. 5 (16 Mei 2025): 9014–29.