



INTISARI

Transformasi digital UMKM menjadi salah satu kunci keberhasilan ekonomi digital di Indonesia. PaDi UMKM, sebagai *platform B2B marketplace* berbasis digital yang dirancang untuk mendukung Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), memiliki tantangan dalam menyelaraskan strategi dengan operasional agar dapat mencapai visi dan misinya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi strategi PaDi UMKM dengan menggunakan kerangka *Balanced Scorecard* (BSC) yang mencakup empat perspektif: keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, serta pembelajaran dan pertumbuhan. Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemangku kepentingan utama dan analisis dokumen perusahaan. Metode *Balanced Scorecard* digunakan untuk memetakan sasaran strategis, indikator kinerja, target, dan inisiatif strategis PaDi UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perspektif pelanggan mengidentifikasi perlunya penguatan fitur layanan untuk meningkatkan pengalaman positif pelanggan sehingga akan berpengaruh langsung terhadap performansi keuangan perusahaan. Perspektif proses bisnis internal mengungkapkan pentingnya efisiensi pengelolaan transaksi digital dan integrasi sistem dengan mitra strategis. Perspektif pembelajaran dan pertumbuhan menekankan pengembangan kapabilitas sumber daya manusia serta inovasi teknologi sebagai pendorong utama daya saing *platform*. Dan perspektif keuangan yang ingin mencapai EBITDA positif agar terciptanya *financial performance* yang terus bertumbuh secara signifikan agar menjadi daya tarik bagi para investor untuk *achievement* kedepannya. Penelitian ini merancang *strategy map* untuk memvisualisasikan hubungan sebab-akibat antara sasaran strategis dan memberikan rekomendasi untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, serta memaksimalkan nilai yang diberikan oleh PaDi UMKM kepada para penggunanya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan praktis bagi tim PaDi UMKM dalam menetapkan arah strategis ke depan serta memperkuat peran UMKM dalam ekosistem digital Indonesia.

Kata Kunci: *Balanced Scorecard*, Implementasi Strategi, *Strategy Map*, Sasaran Strategis, Indikator, Target, PaDi UMKM, *B2B Marketplace*, *Digital Platform*



ABSTRACT

The digital transformation of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) has become one of the key drivers of success for Indonesia's digital economy. PaDi UMKM, a digital B2B marketplace platform designed to support MSMEs, faces challenges in aligning its strategies with operations to achieve its vision and mission. This study aims to analyze the strategy implementation of PaDi UMKM's strategy using the Balanced Scorecard (BSC) framework, which encompasses four perspectives: financial, customer, internal business processes, and learning and growth. Data were collected through in-depth interviews with key stakeholders and analysis of company documents. The Balanced Scorecard method was utilized to map strategic objectives, performance indicators, targets, and strategic initiatives of PaDi UMKM. The findings reveal that the customer perspective emphasizes the need to enhance service features to improve the customer experience, which directly give impact the company's financial performance. The internal business processes perspective highlights the importance of efficient digital transaction management and system integration with strategic partners. The learning and growth perspective focuses on the development of human resource capabilities and technological innovation as primary drivers of the platform's competitiveness. Lastly, the financial perspective aims to achieve a positive EBITDA, ensuring significant financial growth to attract investors and sustain future achievements. This study develops a strategy map to visualize the cause-and-effect relationships between strategic objectives and provides recommendations to enhance operational efficiency, expand market reach, and maximize the value delivered by PaDi UMKM to its users. The findings of this research are expected to serve as a practical guide for the PaDi UMKM team in defining its future strategic direction and strengthening the role of MSMEs within Indonesia's digital ecosystem.

Keywords : Balanced Scorecard, Strategy Implementation, Strategy Map, Strategic Objectives, Indicator, Targes, PaDi UMKM, B2B Marketplace, Digital Platform