

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang membahas topik pada tabel berikut ini

**Tabel 2.1 penelitian terdahulu**

| No | Nama Dan Tahun Penelitian                          | Judul Penelitian                                                                                                               | Metode Penelitian                                                        | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----|----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Erlina (2009)                                      | Analisis Strategi Keuangan Perusahaan Dengan Metode Balanced Score Card (Bsc) Dan SWOT                                         | Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan perspektif variabel          | Hasil penelitian adalah membahas mengenai bagaimana strategi keuangan perusahaan dari perspektif keuangan dan perspektif pertumbuhan ini dan pembelajaran sudah baik karena semua tolak ukur telah memenuhi target yang ditetapkan perusahaan dengan meningkatkan kualitas produk, serta memperbaiki rantai pasokan, meningkatkan kualitas dan meningkatkan promosi perusahaan agar kondisi keuangan perusahaan juga tetap eksis dan lancar |
| 2  | Risky Ramadhan Nourlette, Shinta wahyu Hati (2017) | Penentuan Strategi Dengan Pendekatan Analisis SWOT Pada Hotel Nongsa Point Mariana & Resort Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis | Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. | Aspek Sumber Daya Manusia Hotel Nongsa Dan Point Mariana & Resort merupakan sebuah hotel yang cukup besar sehingga di butuhkan personil yang cukup banyak pula,sesuai data yang diperoleh dari responden dimana Hotel Nongsa Pooint Marina & Resort memiliki total 195 karyawan dengan status permanen 55 orang dan                                                                                                                         |

|   |                                              |                                                                                   |                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---|----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                                              |                                                                                   |                                                | ststus kontrak 140. Pendidikan yang dimiliki oleh rata-rata pegawai adalah SMA/SMK terkecuali untuk Level Head Of Department (HOD) yang memiliki pendidikan minimum D3 bidang perhotelan                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|   | Maryati (2014)                               | Analisis Strategi Keuangan Dan Strategi Bisnis pada Hotel Edece ldi Panggalpinang | Jenis penelitian ini penelitian kuantitatif    | Dengan menganalisis rasio profitabilitas edecel pangkalpinang bertujuan menunjukan strategi perusahaan dalam memperoleh laba bersih atas penjualan, biaya operasi perusahaan rasio menunjukan strategi perusahaan selama satu periode akuntansi penulis melakukan analisis berupa margin laba (profil margin), rasio efisiensi operasional (operating efficiency ratio), gross sedangkan tahun yang digunakan adalah tahun 2008 sampai dengan tahun 2012 |
| 4 | Fitria Setyaningrum 1 maria yunista 2 (2018) | Strategi Laporan Keuangan Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah                     | Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif | Hasil dari beberapa informasi usaha mikro kecil dan menengah di kawasan tlogomas malang yang didapat, diperoleh tiga pelaku usaha kecil menengah makanan minuman yang memiliki pendapatan minimal usaha selama setahun aspek internal dan eksternal dibedakan kekuatan kelemahan menjadi peluang dan ancaman yang terdapat pada pelaku umkm di tlogomas malang. Factor peluang dan ancaman ditentukan.                                                   |
| 5 | Elly Lestari1, Maria                         | Analisis Kinerja Keuangan                                                         | Penelitian yang dilakukan                      | Berdasarkan hasil analisis di dapatkan bahwa kinerja                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

|  |                         |                                                                                                                       |                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | Guadalupe Ngono2 (2018) | Berbasis Rasio Pada Perusahaan Bachri Darmo Kota Malang (Studi Kasus Perusahaan Bachri Darmo Kota Malang/ Area Malang | merupakan penelitian dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif | keuangan perusahaan Bachri Darmo kota Malang dalam keadaan baik karena nilai likuiditas perusahaan berdasarkan current ratio cukup tinggi untuk membayar utang pada tahun 2014 sebanyak 21,73%, tahun 2015 sebanyak 19,26%, dan tahun 2016 sebanyak 28,45% kinerja keuangan berdasarkan nilai return on asset atau ROA cukup tinggi dari tahun 2014 sebanyak 9,99%, tahun 2015 sebanyak 12,54% dan tahun 2016 sebanyak 11,32%, kinerja keuangan berdasarkan rasio keuangan rasio lancar (current ratio) cukup tinggi dari tahun 2014 sebanyak 15,28%, tahun 2015 sebanyak 19,11% dan tahun 2016 sebanyak 17,24%. |
|--|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**Sumber : Data Sekunder 2020**

Perbedaan persamaan penelitian terdahulu dan penelitian sekarang adalah penelitian terdahulu ini memiliki persamaan yang pertama diantaranya yaitu sama-sama menggunakan analisis strategi keuangan dengan variabel yang sama hanya penelitian terdahulu menggunakan (1) rasio yaitu rasio profitabilitas, sedangkan penelitian sekarang menggunakan (4) rasio yakni rasio likuiditas, rasio solvabilitas, rasio aktivitas dan rasio profitabilitas, yang menjadi perbedaan hanya di tahun penelitian dan persamaan sama menggunakan analisis *SWOT*

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Analisa Strategi Keuangan

Analisa strategi keuangan merupakan suatu alat analisa yang digunakan oleh perusahaan untuk menilai kinerja keuangan berdasarkan data perbandingan masing-masing pos yang terdapat di laporan keuangan dengan melihat kondisi lingkungan bisnis (internal dan eksternal) pada penekanan implikasi lingkungan terhadap strategi.

### 2.2.2 pengertian dan konsep strategi

Ditinjau secara etimologi, strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *Strtegos* yang merupakan gabungan kata terdiri dari *stratos* berarti militer atau tentara dan *ego* berarti pemimpin, *stratego* diterjemahkan sebagai komandan militer. Dalam bahasa Inggris, "*strategic*" berakar dari kata "*strategy*" yang berarti seni dan ilmu untuk merencanakan dan pengarahannya dari operasi militer dalam skala besar. Strategi dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas simultan dan berkelanjutan yang didalamnya memuat proses perumusan gagasan, perencanaan, penetapan dan implementasi teknis suatu organisasi. Strategi memiliki peranan yang sangat penting dalam suatu perusahaan. Seperti yang dikemukakan Porter (2002), strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. Pentingnya strategi bagi suatu perusahaan menentukan maju atau mundurnya dalam persaingan bisnis. Selain menjadi jalan menuju keberhasilan dalam menemukan ketepatan dan efektifitas perusahaan, strategi merupakan alat untuk menciptakan

keunggulan bersaing. Selanjutnya strategi juga menjadi pembeda menuju persaingan kompetitif suatu kehidupan unit usaha bisnis. Salah satu fokus strategi adalah merumuskan pilihan strategi sekaligus memutuskan bisnis tersebut harus ada atau tidak ada.

Umumnya strategi dapat diartikan sebagai sekumpulan pilihan kritis untuk perencanaan dan penerapan serangkaian rencana tindakan dan alokasi sumberdaya yang penting dalam mencapai tujuan dan sasaran, dengan memperhatikan keunggulan kompetitif, komparatif, dan sinergis ideal berkelanjutan kearah, cakupan dan perspektif jangka panjang keseluruhan yang ideal dari individu atau organisasi. Artinya strategi harus mampu mencapai tujuan melalui proses membaca kekuatan dan kelemahan dari internal perusahaan dan mengkombinasikan dengan tantangan dan ancaman secara eksternal untuk mewujudkan strategi yang tepat bagi perusahaan. Syafruddin (1999), mengatakan bahwa manajemen strategi (sebagai proses perencanaan, tindakan dan evaluasi strategi harus didasarkan pada teori kecocokan. Secara khusus syafruddin membangun asumsi prediksi bahwa dimasa yang akan datang, segala sesuatu pasti berubah secara radikal. Perubahan-perubahan secara mendasar kemudian merubah paradigma model manajemen secara keseluruhan baik peran dari manusia maupun karakteristik organisasi secara keseluruhan. Selanjutnya hal tersebut akan mempengaruhi terhadap model manajemen strategi baik secara keseluruhan ataupun parsial, seperti kontrol organisasi, produksi dan pemasaran.

Berdasarkan serangkaian penjabaran diatas dapat diartikan bahwa strategi pada prinsipnya menggabungkan serangkaian analisis internal dari kekuatan dan kelemahan sebuah perusahaan dengan analisis eksternal untuk menghasilkan strategi yang berhasil dan mampu untuk diadaptasikan. Analisis eksternal mengarahkan pada pemahaman tentang dinamika pasar dan bertujuan untuk memahami pelanggan, kompetitor atau pesaing dan tren penting dalam lingkungan ekstenal bisnis yang dinamis. Sebagai dasar penyusunan strategi, perusahaan harus peka terhadap berbagai situasi dan perubahan lingkungan serta pasar yang dinamis agar menjadi keunggulan yang berkelanjutan demi terwujudnya kemampuan perusahaan untuk memenangkan persaingan. Chandler (2002) mengatakan bahwa strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan serta pendayagunaan dan alokasi sumber daya yang sangat penting untuk mencapai tujuan tersebut. Pemahaman yang baik mengenai proses strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun.

Konsep-konsep tersebut adalah:

1. *Distinctive Competence* adalah tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan krgiatan lebih baik dibanding pesaingnya.
2. *Competitive Advantage* adalah kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya

### 2.2.3 Macam-macam Strategi

#### 1. Strategi manajemen

Manajemen menurut Prawiro (2001) adalah suatu ilmu dan seni yang berkaitan dengan rangkaian aktivitas terpadu untuk mensinergikan tenaga manusia, sumber daya alam dan teknologi untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya, serta dengan memperhatikan kelestarian lingkungan hidup. Kegiatan-kegiatan erpadu ini diformulasikan dalam bentuk perencanaan (*planning*), pelaksanaan (*implementing*), dan pengawasan (*controlling*) berdasarkan etika kerja. Muatan fungsi manajemen antara lain adalah analisis strategi (*strategic analysis*), inovasi (*innovation*), mengendalikan lebih dari satu unit bisnis (*multiple bussinesses*), menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dan mengembangkan dasar pertumbuhan. Manajemen keuangan adalah analisis perencanaan dan pengendalian terhadap program yang dirancang untuk menciptakan, membangun (memproduksi) dan mempertahankan pertukaran dan hubungan yang menguntungkan dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi, dalam mencapai organisasi, dalam mencapai nilai kepuasan pada proses, kebutuhan, permintaan, pertukaran (*exchange*) dan keuangan.

Manajemen strategis adalah seni dan ilmu untuk pembuatan (*formulating*), penerapan (*implementing*) dan evaluasi (*evaluating*) keputusan-keputusan strategis antar fungsi yang memungkinkan sebuah perusahaan mencapai tujuan dimasa yang akan datang. Namun seiring

berjalanya perubahan zaman, saat ini konsep strategi mengalami perkembangan, menurut Andrew dan Chafee (2001) strategi merupakan kekuatan motivasi untuk stakeholder baik secara langsung maupun tidak langsung menerima keuntungan atau biaya yang ditimbulkan oleh semua tindakan yang dilakukan. Proses manajemen strategis berusaha mengkoordinasikan informasi kuantitatif dengan cara yang memungkinkan keputusan efektif diambil dalam kondisi tidak menentu.

Menurut David (2009), manajemen strategis merupakan seni dan pengetahuan untuk memformulasikan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang membuat organisasi mampu mencapai tujuannya. Manajemen strategis akan membantu perusahaan dalam melihat ancaman dan peluang dimasa yang akan datang, sehingga memungkinkan organisasi atau perusahaan untuk dapat mengantisipasi kondisi yang selalu berubah, selain itu manajemen strategis juga menyediakan sasaran serta alasan yang jelas bagi masa depan perusahaan, sehingga perusahaan yang mengembangkan sistem manajemen strategis mempunyai kemungkinan tingkat keberhasilan lebih besar daripada yang tidak menggunakan sistem ini.

#### 1. Strategi investasi

Strategi investasi merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi, seperti perusahaan melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau melakukan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali divisi baru.

## 2. Strategi bisnis

Strategi yang sering digunakan ini disebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen misalnya strategi pemasaran, produksi maupun operasional dan strategi yang berhubungan dengan keuangan.

## 3. Strategi pemasaran (*Marketing Strategy*)

Diera globalisasi, daya saing perusahaan perlu ditingkatkan tidak hanya aspek produksi, melainkan juga aspek pemasarannya. Banyak fungsi manajemen kontribusi masing-masing saat penyusunan strategi untuk kelas yang berbeda, tetapi rentang kendali perusahaan terhadap lingkungan eksternalnya yang terbatas. Dengan melihat kondisi tersebut, perusahaan perlu menyusun strategi pemasaran untuk kelanjutannya. Dengan demikian dapat didefinisikan mengenai strategi pemasaran dari minuman sari apel brosem semeru batu diantaranya adalah:

- a. Strategi pemasaran merupakan pernyataan yang baik secara eksplisit dan implisit mengenai bagaimana suatu merk atau lini produk mencapai tujuannya.
- b. Strategi pemasaran sebagai alat dasar yang direncanakan mencapai tujuan perusahaan dengan memperluas kelebihan atau keunggulan bersaing yang saling bergantung dimana program pemasaran digunakan untuk melayani sasaran tersebut. Dalam kaitannya dengan variabel-variabel strategi pemasaran

memberikan arah seperti segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, posisi elemen bauran pemasaran dan biaya pemasaran, diman strategi pemasaran tersebut merupakan strategi bisnis yang memberikan jalan bagi semua fungsi manajemen suatu organisasi.

Beberapa strategi pemasaran yang diterapkan mampu menembus pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk, diversifikasi, biaya murah dan pemfokusan pasar. Dengan penjelasan berikut ini:

a. Menembus pasar

Strategi yang digunakan ini apabila diketahui bahwa masih ada sasaran yang belum mengetahui atau memakai produk (barang maupun jasa) disebabkan karena pesaing lebih agresif sehingga belum mempunyai kesempatan membeli

b. Pengembangan pasar

Strategi ini apabila sasaran pembeli lama telah dapat dicapai baik oleh produk kita maupun produk pesaing, sehingga perlu mencari sasaran pembeli baru sementara produk lama masih berjalan juga

c. Pengembangan produk

Strategi ini mencakup usaha perubahan produk tetapi menggunakan cara produksi sebelumnya

d. Diversifikasi

Strategi ini merupakan pengembangan produk baru yang masih berhubungan dengan produk lama untuk ditawarkan kepada pasar yang baru juga. Strategi ini sangat efektif untuk mengisi sasaran yang terabaikan atau kosong sehingga mengikuti pesaing

e. Biaya murah

Strategi ini didasarkan pada input rendah sehingga dapat menghasilkan produk yang murah pula namun dengan kualitas dan standar yang tinggi. Hal ini bisa dilakukan dengan pemilikan modal yang besar serta teknologi tinggi maupun bergabung dengan wadah koperasi misalnya

f. Pemfokusan pasar

Strategi ini dilakukan dengan memberikan pelayanan yang sangat terbatas, kelompok pembeli ditentukan dengan jelas agar pelayanan lebih efektif dan efisien.

Adapun bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan secara terpadu. Artinya kegiatan ini dilakukan secara bersama diantara elemen-elemen yang ada dalam bauran pemasaran itu sendiri. Oleh karena itu setiap elemen membutuhkan strategi sendiri, namun tetap akan terkait dengan strategi lainnya, ada empat konsep yang akan dicantumkan dalam pemasaran tersebut yaitu:

1. Produk (*Product*)
2. Harga (*Price*)
3. Saluran Distribusi (*Place*)
4. Promosi (*Promotion*)

#### 2.2.4 Klasifikasi Strategi

Strategi menurut Wheelen-Hunger (2003), proses pendekatan strategi bagi perusahaan dalam rangka mengungguli pesaing, terdapat tiga kelompok strategi utama, yaitu:

1. Strategi Pertumbuhan (*Growth*)

Pada prinsipnya, strategi ini menekankan pada produk, pasar dan fungsi-fungsi perusahaan lain, karena perusahaan berusaha untuk meningkatkan efisiensi di segala bidang dalam rangka meningkatkan kinerja dan keuntungan.

- a. Strategi Pertumbuhan Konsentrasi

Merupakan strategi yang terkonsentrasi dan bertumbuh kembang pada semua atau hampir semua sumber daya yang sejenis yang terbagi:

1. Horizontal.

Dari sisi internal, segmen pasar diperluas untuk mengurangi potensi persaingan, sehingga skala ekonomi menjadi lebih besar. Sementara dari sisi eksternal, perusahaan dapat melakukan akuisisi (joint-venture) dengan perusahaan lain pada industri yang sama.

## 2. Vertical

Strategi ini dapat dilakukan dengan cara mengambil alih fungsi yang sebelumnya disediakan oleh pemasok atau distributor.

### b. Strategi Pertumbuhan Diversifikasi

Strategi ini menurut perusahaan untuk tumbuh dengan cara menambah produk atau divisi yang berbeda dengan produk atau divisi yang telah ada, sasaran dari strategi produk untuk menjaga pangsa pasar mengurangi persaingan, menekan biaya dan meningkatkan keuntungan. Strategi ini terbagi dua, yaitu:

#### 1. Terpusat (konsentrasi)

Melakukan penambahan produk atau divisi yang sudah ada pada perusahaan

#### 2. Konglomerasi

Melakukan penambahan produk atau divisi yang tidak ada hubungan dengan lini produk atau jasa yang telah lebih dimiliki sebelumnya.

## 2 Strategis Stabilitas (*Stability*)

Strategi ini sesuai bagi perusahaan yang berhasil pada industry dengan daya tarik industri medium. Ada empat bentuk strategi utamanya, yaitu:

### a. Strategi Istirahat (*Pause Strategy*)

Sebagai strategi sementara agar perusahaan dapat mengkonsolidasikan sumber daya yang ada setelah menghadapi pertumbuhan cepat.

b. Strategi Waspada (*Proceed With Caution Strategy*)

Perusahaan tetap menjalankan usahanya dengan hati-hati karena adanya factor-faktor penting yang berubah pada lingkungan eksternal.

c. Strategi Tanpa Perubahan (*No Change Strategy*)

Perusahaan tidak perlu melakukan perubahan-perubahan yang berarti. Di sini perusahaan tetap melakukan usaha yang sedang dijalankan dan hanya sedikit melakukan penyesuaian, misalnya karena terjadi inflasi.

d. Strategi Laba (*Profit Strategy*)

Strategi ini lebih mengutamakan keuntungan saat ini walau memiliki resiko besar dengan mengorbankan pertumbuhan masa depan sering kali menghasikan kesuksesan jangka pendek sekaligus stagnasi dalam jangka panjang.

3 Strategi Penciutan (*Retrenchment*)

Strategi ini bertujuan untuk melakukan penghematan atau penciutan apabila suatu perusahaan mempunyai posisi persaingan yang lemah dibandingkan dengan daya tarik industrinya.

Menurut Rangkuti (2015) pada prinsipnya strategi dikelompokkan kedalam tiga tipe strategi, yaitu:

1. Strategi Manajemen

Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro,

misal: strategi pengembangan produk, strategi penetapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar, strategi mengenai strategi keuangan dan sebagainya.

## 2. Strategi Investasi

Kegiatan ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi. Misalnya, apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha melakukan penetrasi pasar, strategi bertaahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi divestasi dan sebagainya.

### 2.2.5 Rasio Keuangan

#### 1. Pengertian Rasio Keuangan

Laporan keuangan melaporkan aktifitas yang sudah dilakukan perusahaan dalam periode tertentu. Agar laporan keuangan dapat memberi informasi yang lebih luas dan mendalam, perlu dilakukan analisis laporan keuangan yang salah satu caranya adalah dengan menggunakan rasio keuangan.

Kasmir (2016: 104) menyatakan rasio keuangan merupakan kegiatan membandingkan angka-angka yang ada dalam laporan keuangan dengan cara membagi satu angka dengan angka yang lainnya. Perbandingan dapat dilakukan antara satu komponen dengan komponen lainnya dalam satu laporan keuangan atau antar komponen yang ada diantara laporan keuangan. kemudian angka yang diperbandingkan dapat berupa angka-angka dalam satu periode

maupun berapa periode. Harahap (2010: 297) menyatakan rasio keuangan merupakan angka yang diperoleh dari hasil perbandingan dari satu pos laporan keuangan dengan pos lainnyayang mempunyai hubungan yang relevan dan snifikan. Terhadap dua macam rasio standar yang lazim digunakan yang pertama adalah rasio yang sama dari laporan keuangan tahun-tahun lampau. Yang kedua adalah rasio keuangan dari perusahaan lain yang mempunyai karakteristik yang sama dengan perusahaan yang dianalisis. Raharjapura (2011: 196) menyatakan analisis rasio adalah membandingkan satu angka dengan angka yang lainnya yang memberikan suatu makna.

Rasio keuangan atau *Financial Ratio* dikenal sebagai alat analisi keuangan yang digunakn unuk menilai kinerja suatu organisasi bisnis dan dilihat dari perbandingn data keuangan. Perbandingan data keuangan ini akan tertera pada pos laporan keuangan. Penggunaan rasio keuangan ini akan menunjukan menilai kinerja perusahaan apakah sudah tergolong baik atau belum. Rasio ini juga bisa memberikan gambaran kinerja saat ini yang diproyeksikan ke masa mendatang. Manfaatnya adalah bagi penganalisi bisa membantu para manjer selaku pengambil keputusan mempertimbangkan hal-hal krusial sebelum menetapkan keputusan terkait oprasional perusahaan.

Rasio keuangan tidak hanya terdiri dari satu macam saja. Ada beberapa macam rasio keuangan antara lain sebagai berikut:

1. Rasio Sovabilitas mengindikasikan potensi perusahaan dalam mengukur berapa besar penggunaan kewajiban untuk memenuhi kebutuhan yang diperlukan perusahaan.
  1. *Debt ratio* merupakan rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aktiva.
  2. *Debt To Equity ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas.
  3. *Long Term Debt to Equity* merupakan rasio antara utang jangka panjang dengan modal sendiri.
  4. *Times Interest Earned* merupakan rasio untuk mencari jumlah kali perolehan bunga.
  5. *Fixed Charge Coverage* merupakan rasio yang dilakukan apabila perusahaan memperoleh utang jangka panjang atau menyewa aktiva berdasarkan kontrak sewa (*lease contrac*)
2. Rasio Likuiditas mendefenisikan indikator mengenai perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendeknya terutama pada saat utang yang sudah jatuh tempo.
  - a. Rasio lancar atau *current ratio* merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. Rasio lancar dapat dikatakan sebagai bentuk untuk mengukur tingkat keamanan (*margin of safety*) suatu perusahaan.

- b. *Working capital to total asset ratio* adalah ukuran bersih pada aktiva lancar perusahaan terhadap modal perusahaan. Modal kerja bersih adalah selisih antara aktiva lancar dikurangi hutang lancar.
3. Rasio aktivitas mencakup efektivitas dan efisien perusahaan dalam mengelolah aset yang dimiliki perusahaan. Rasio aktivitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi pemanfaatan sumber daya perusahaan (penjualan, persediaan, penagihan piutang ) rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memaksimalkan aktivitas perusahaan sehari-hari. jenis rasio aktivitas antara lain:
1. Perputaran piutang merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa lama penagihan piutang selama suatu periode atau berapa kali dana yang ditanam dalam piutang ini akan berputar dalam satu periode.
  2. Perputaran persediaan merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa kali dana yang ditanam dalam persediaan ini berputar dalam satu periode.
  3. Perputaran modal kerja merupakan salah satu rasio untuk mengukur atau menilai keefektifan modal kerja perusahaan selama periode tertentu.
  4. *Fixed asset turnover* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa kali dana yang ditanam dalam aktiva tetap dalam satu periode.

5. *Total asset turnover* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur perputaran semua aktiva yang dimiliki perusahaan dan mengukur berapa jumlah penjualan yang diperoleh dari tiap rupiah aktiva.
4. Rasio profitabilitas merupakan perhitungan untuk mengetahui perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (laba) dengan membandingkan antara laporan neraca dan laba rugi.
  - a. *Gross profit margin* (Margin Laba Kotor) Sawir 2009 *Gross profit margin* adalah rasio yang mengukur efisiensi pengendalian harga pokok maupun biaya produksi, mengindikasikan kemampuan perusahaan untuk berproduksi secara efisien.
  - b. *Net profit margin* (Margin Laba Bersih) rasio ini ialah untuk mengukur laba bersih setelah pajak terhadap penjualan. semakin tinggi *Net Profit Margin* tersebut maka semakin baik operasi suatu perusahaan.
  - c. *Return on investment (ROI)* merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan atau suatu ukuran tentang efisiensi manajemen. Rasio ini menunjukkan hasil dari seluruh aktiva yang dikendalikan dengan mengabaikan sumber pendanaan dan rasio ini diukur dengan presentase. (Kasmir,2010: 139).
  - d. *Return on asset (ROA)* merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan

memanfaatkan semua aktiva yang dimilikinya. Laba yang dihasilkan menurut perhitungan rasio ini adalah laba sebelum bunga dan pajak atau sering disebut juga EBT. Semakin tinggi nilai rasio yang didapatkan maka semakin baik kemampuan perusahaan tersebut untuk mendapatkan laba dengan memanfaatkan semua aktiva.

- e. *Return On Equity (ROE)* Mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari investasi pemegang saham di perusahaan tersebut. Dengan kata lain, ROE ini menunjukkan seberapa banyak keuntungan yang dapat dihasilkan oleh perusahaan dari setiap satu rupiah yang diinvestasikan oleh para pemegang saham.

### Rumus Rasio Keuangan

1. Rasio Likuiditas, yang dihitung dengan cara:
  - a. rasio lancar (*current ratio*) =  $\frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{hutang Lancar}} \times 100\%$
  - b. Rasio kas (*chas ratio*) =  $\frac{\text{Kas}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$
2. Rasio Solvabilitas, yang dihitung dengan cara :
  - a. *Debt to Asset Ratio* =  $\frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$
  - b. *Debt to Equity Ratio* =  $\frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Modal}} \times 100\%$
3. Rasio Aktivitas, yang dihitung dengan cara :
  - a. Perputaran Total Aktiva =  $\frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aktiva}}$

$$\text{b. Perputaran Piutang Usaha} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Rata - rata Piutang}}$$

4. Rasio Profitabilitas, yang dihitung dengan cara:

$$\text{a. net profit margin} = \frac{\text{penjualan bersih selama setahun}}{\text{penjualan}} \times 100\%$$

$$\text{b. Return on Asset (ROA)} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

$$\text{c. Return On Equity (ROE)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Modal}} \times 100\%$$

### 2.2.6 Analisis SWOT

Analisis *SWOT* adalah suatu bentuk analisis didalam manajemen perusahaan atau didalam organisasi mampu membantu dalam usaha penyusunan suatu rencana yang matang untuk mencapai tujuan. Baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Analisis ini yang baru diterapkan oleh suatu perusahaan.

Defenisi analisis *SWOT* yang lainya yaitu sebuah bentuk analisa situasi dan juga kondisi yang bersifat deskriptif (memberi suatu gambaran). Analisa ini menempatkan situasi dan jug kondisi sebagai faktor masukan, kemudian masing-masing dikelompokan menurut kontribusinya. *SWOT* adalah singkatan dari *Strenght* (Kekuatan), *Weakneess* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), *Treaths* (Ancaman).

- a. *Strenght* (S), yaitu analisis kekuatan, situasi apapun kondisi yang merupakan kekuatan dari suatu organisasiatau perusahaan pada saat ini. Yang perlu dilakukan didalam analisis ini adalah setiap

perusahaan atau organisasi perlu menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan dibandingkan dengan para pesaingnya, misalnya jika kekuatan perusahaan tersebut unggul didalam teknologinya, maka keunggulan itu dapat dimanfaatkan untuk mengisi segmen pasar yang membutuhkan tingkat teknologi dan juga kualitas yang lebih maju.

- b. *Weakness (W)*, yaitu analisis kelemahan, situasi ataupun kondisi yang merupakan kelemahan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Merupakan cara menganalisis kelemahan dari suatu organisasi kelemahan didalam sebuah perusahaan ataupun organisasi yang menjadi kendala yang serius dalam kemajuan suatu perusahaan atau organisasi.
- c. *Opportunities (O)*, yaitu analisis peluang situasi atau kondisi yang merupakan peluang diluar suatu organisasi atau perusahaan dan untuk memberikan peluang berkembang bagi organisasi dimasa depan cara ini adalah untuk mencari peluang ataupun trobosan yang memungkinkan perusahaan tersebut bisa berkembang dimasa depan
- d. *Treaths (T)*, yaitu analisis ancaman, cara menganalisis tantangan atau ancaman yang akan dihadapi perusahaan berbagai banyak faktor lingkungan yang tidak menguntungkan perusahaan dengan demikian menyebabkan kemunduran, jika tidak diatasi maka akan menghalangi usaha tersebut baik dimasa sekarang maupun masa yang akan datang

### 2.2.7 Faktor yang Mempengaruhi Analisis SWOT

Dalam menyusun strategi menggunakan analisis *SWOT*, tentunya ada faktor yang mempengaruhi komponen analisis *SWOT* faktor tersebut dapat berasal dari dalam (faktor internal), dan berasal dari luar (faktor eksternal).

#### a. Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam perusahaan dimana terdapat dua komponen yaitu kekuatan dan kelemahan. Kedua komponen tersebut terdampak pada lebih baiknya suatu penelitian jika kekuatan lebih besar dari pada kelemahan. Sehingga jika kekuatan internal perusahaan ini menjadi lebih maksimum maka akan memberikan hasil penelitian yang lebih baik. Berikut ini faktor internal yang mempengaruhi analisis *SWOT*, diantaranya yaitu:

1. Sumber daya yang memiliki
2. Keuangan dan financial yang dimiliki suatu perusahaan atau organisasi
3. Kelebihan dan kelemahan internal perusahaan
4. Pengalaman yang pernah dialami perusahaan sebelumnya baik yang berhasil maupun yang tidak berhasil
5. Faktor Eksternal

dalam faktor eksternal, apa yang diteliti tidak secara langsung terlibat. Faktor eksternal terbagi dua bagian yaitu ancaman dan peluang.

### 2.2.8 Matriks Internal Eksternal IF

Matrik internal dan eksternal dikembangkan dari model general elektrik. Parameter yang digunakan meliputi parameter kekuatan perusahaan dan pengaruh eksternal yang dihadapi. Tujuan ini untuk memperoleh strategi bisnis yang lebih jelas. Diagram tersebut dapat mengidentifikasisembilan sel strategi perusahaan atau organisasi, yaitu:

Gambar 2.1 Matriks Internal Eksternal (IE)

|                             | kuat<br>(3.0-4.0)                                          | Rata-rata<br>(2,0-2,99)                                                                                                 | lemah<br>(1,0-199)                                                                 |
|-----------------------------|------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| 4.0<br>TINGGI<br>(3.0-4.0)  | <b>I. GROWTH</b><br>Konsentrasi melalui Integrasi Vertikal | <b>II. GROWTH</b><br>Konsentrasi melalui Integrasi Horizontal                                                           | <b>III. GROWTH</b><br><i>Turnaround</i>                                            |
| 3.0<br>SEDANG<br>(2.0-2.99) | <b>IV. STABILITY</b><br>Hati-hati                          | <b>V. GROWTH</b><br>Konsentrasi melalui Integrasi Horizontal<br><b>STABILITY</b><br>Tidak ada perubahan profit strategi | <b>VI. RETRENCHMENT</b><br><i>Captive</i><br><i>Company</i> atau <i>Divestment</i> |
| 2.0<br>RENDAH<br>(1.0-1.99) | <b>VII. GROWTH</b><br>Difersifikasi Konsetrik              | <b>VIII. GROWTH</b><br>DIFERFIKASI Konglomerat                                                                          | <b>IX. RETRENCHMENT</b><br>Bangkrut atau Likuidasi                                 |

1.0

Sumber : Fred David (2009;344)

Pada gambar tersebut dapat diidentifikasi Sembilan sel strategi, tetapi pada prinsipnya kesembilan sel tersebut dapat dikelompokkan menjadi tiga strategi utama yaitu:

1. *Growth Strategy* yang merupakan pertumbuhan perusahaan itu sendiri (sel 1,2,4) atau upaya diverifikasi
2. *Stability Strategy* (sel 3,5,7) adalah strategi yang ditetapkan dengan tidak mengubah arah strategi yang ditetapkan
3. *Retrenchment Strategy* (sel 6,8,9) adalah usaha yang diperkecil atau mengurangi usaha yang dilakukan oleh perusahaan

Berikut ini adalah penjelasan mengenai kesembilan yang ada dalam sel matrik IE seperti gambar 2.1

1. Sel I Konsentrasi melalui integritas vertikal

Pertumbuhan melalui konsentrasi dapat dilalui integritas dengan cara *backward integration* atau *forward integration* hal tersebut merupakan strategi dasar untuk perusahaan atau organisasi yang memiliki kedudukan kompetitif pasar yang kuat (*high market share*) dalam daya tarik tinggi

2. Sel II dan V Konsentrasi melalui Integritas Horizontal

Strategi pertumbuhan integritas horizontal adalah kegiatan yang memperluas perusahaan atau organisasi dengan membangun lokasi yang lain dan dapat meningkatkan produk dan jasa

### 3. Sel III *Turnaround*

Strategi ini tepat untuk perusahaan atau organisasi dengan daya tarik industri yang tinggi ketika masalah-masalah perusahaan mulai dirasakan tetapi belum kritis. Dilakukan strategi oleh perusahaan dengan cara penghematan pada operasional perusahaan

### 4. Sel IV *Stability*

Strategi ini mungkin tepat untuk strategi sementara yang kemungkinannya bagi perusahaan untuk menggabungkan semua sumber daya yang dimilikinya setelah mengalami pertumbuhan yang cepat dari industri yang kemudian menghadapi masa depan yang tidak pasti

### 5. Sel VI *Divestasi*

Merupakan strategi yang tepat bagi perusahaan yang ada pada posisi kompetisi lemah dan dengan daya tarik industri menengah

### 6. Sel VII *Diverifikasi Terkait*

Strategi pertumbuhan dengan diverifikasi umumnya dilakukan pada perusahaan yang memiliki kondisi kompetitif posisinya sangat kuat namun nilai daya tarik industrinya lemah.

### 7. Sel IX *Bangkrut atau Likuiditas*

Likuiditas adalah strategi yang dilakukan dengan menjual sebagian atau seluruh perusahaan yang bertujuan mendapatkan uang untuk membayar seluruh obligasi perusahaan kemudian menyerahkan sisanya pada pemegang saham.

### 2.2.9 Model Matriks SWOT

Matrik *SWOT* dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini menggambarkan empat set kemungkinan alternative strategis. Alternative strategi yang dihasilkan minimal empat buah strategi sebagai hasil dari analisis matriks *SWOT*.

**Tabel 2.2 Model Matriks SWOT**

| IFAS<br>EFAS | Kekuatan (S)                                                               | Kelemahan (W)                                                                |
|--------------|----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| Peluang (O)  | Strategi SO<br>Strategi yang menggunakan kekuatan dan memanfaatkan peluang | Strategi WO<br>Strategi yang meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan peluang |
| Ancaman (T)  | Strategi ST<br>Strategi yang menggunakan kekuatan dan mengatasi ancaman    | Strategi WT<br>Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman  |

Sumber : Freddy Rangkuti, Analisis *SWOT*, tahun 2015

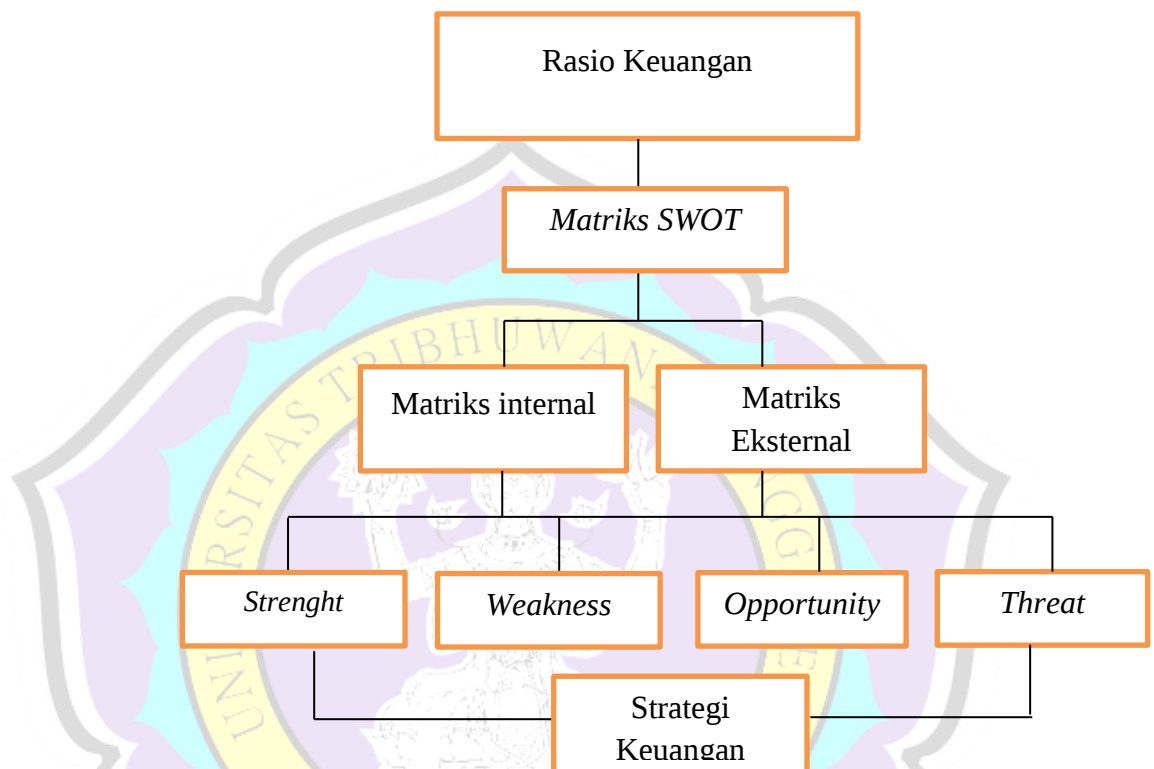
Berikut ini adalah keterangan dari matriks *SWOT* tersebut

1. Strategi SO (*Strength and Opportunity*) strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk mengambil dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
2. Strategi ST (*Strength and Threat*). Strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman
3. Strategi WO (*Weakness and Oppurtunity*). Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Strategi WT (*Weakness and Threats*). Strategi ini berdasarkan kegiatan yang bersifat devensive dan berusaha meminimalkan yang ada serta menghindari ancaman.

## 2.2 Kerangka Pikir

dari kajian teori yang telah diuraikan maka peneliti menyimpulkan kerangka pikir dalam penelitian ini sebagai berikut:

Gambar 2.2 Kerangka Pikir



Sumber : Peneliti tahun 2020

### 1. Analisa strategi keuangan

Merupakan suatu alat analisa yang digunakan oleh perusahaan untuk menilai kinerja keuangan berdasarkan data perbandingan masing-masing pos yang terdapat dilaporan keuangan dengan melihat kondisi lingkungan bisnis (internal dan eksternal) pada penekanan implikasi lingkungan terhadap strategi. Strategi keuangan menjadi hal penting yang harus diperhatikan dalam upaya menjaga kesetabilan dan pengembangan

perusahaan atau organisasi kearah yang lebih baik. Berikut strategi keuangan yang diterapkan pada perusahaan atau organisasi:

1. Buat anggaran keuangan yang jelas

Setiap perusahaan atau organisasi haruslah mempunyai anggaran yang jelas, dengan adanya anggaran tersebut, perusahaan dapat memastikan pengeluaran rutinya dan bisa memproyeksi kondisi finansial di masa mendatang. Hal ini sangat penting sebagai dasar pengolahan pendapatan usaha.

2. Pencatatan keuangan yang teratur

Dalam mengatur strategi keuangan perusahaan atau organisasi. Perusahaan atau organisasi tersebut harus melakukan pencatatan keuangan secara teratur, melakukan pencatatan secara terperinci mencakup berbagai pengeluaran, pemasukan, utang, dan piutang, dengan pencatatan tersebut perusahaan akan memiliki data yang lengkap sebagai bisnis analisis, jika kedepanya terjadi permasalahan keuangan.

3. Posisi keuangan diatur dengan jelas

Salah satu ciri strategi keuangan perusahaan yang baik adalah mampu mengatur posisi keuangan perusahaan atau organisasi secara proporsional. Hal ini tentunya hanya bisa dilakukan jika perusahaan sudah menjalankan system pencatatan keuangan yang jelas. Pengaturan porsi keuangan ini nantinya akan dilakukan pada beberapa sektor pengeluaran, mulai dari biaya operasional, gaji pegawai, dana

pengembangan usaha hingga jumlah laba yang ditabung. Usahakan untuk mengatur posisi keuangan ini secara tepat

#### 4. Aliran uang kas lancar

Aliran uang kas yang lancar merupakan salah satu bukti bahwa bisnis yang dijalankan oleh perusahaan tersebut dalam kondisi yang sehat. Salah satu hal yang dapat menghambat kelancaran arus kas perusahaan adalah jika ternyata pengeluaran perusahaan lebih besar dari pada pendapatan yang dihasilkan. Kalaupun dalam situasi tertentu, keuangan perusahaan dalam kondisi minus akibat terlalu besarnya pengeluaran.

##### 1. Faktor internal

Faktor internal mengidentifikasi faktor-faktor berupa kekuatan dan kelemahan pada perusahaan. Faktor-faktor menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan terdiri dari

##### 1. Kekuatan

Kekuatan yaitu mencakup kekuatan internal yang mendorong pengembangan usaha

##### 2. Kelemahan

Kelemahan mencakup kelemahan internal yang dapat mempengaruhi jalannya usaha, kelemahan internal pada UMKM Minuman Sari Apel Brosem Semeru Batu

## 2. Faktor eksternal

Faktor eksternal dilakukan dengan mengolah faktor-faktor peluang dan ancaman

### 1. Peluang

Peluang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk meningkatkan usaha. Peluang yang dimiliki oleh pada UMKM Minuman Sari Apel Brosem Semeru Batu

### 2. Ancaman

Ancaman merupakan faktor eksternal perusahaan yang dapat menghambat kelancaran pengembangan usaha pada UMKM Minuman Sari Apel Brosem Semeru Batu

## 2. Analisis SWOT

Analisis *SWOT* (*Strenght*, *Weakness*, *Opportunity*, *Treath*) merupakan salah satu metode dalam melakukan penyusunan strategi perusahaan dengan melihat kondisi lingkungan perusahaan baik itu lingkungan internal maupun eksternal. Analisis *SWOT* lebih menekankan kepada bagaimana didalam perusahaan tersebut terdapat kekuatan dan kelemahan untuk menghadapi peluang dan ancaman yang ada. *SWOT* sendiri merupakan akorim *Strenght* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), *Treath* (ancaman).