

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian sebelumnya yang relevan dalam penelitian ini digunakan untuk membantu menegaskan pentingnya Strategi Keuangan dari berbagai sumber. Selain itu juga untuk mengetahui persamaan dan perbedaan dari penelitian dan factor-faktor penting lainnya.

1. Sari & Nugroho (2020)

Judul: Strategi pengelolaan keuangan UKM industri makanan dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi

Metode: Kualitatif deskriptif (wawancara dan observasi)

Hasil: Pemilik UKM menerapkan strategi pencatatan keuangan sederhana, pengendalian biaya produksi, serta pengelolaan arus kas untuk menjaga keberlangsungan usaha saat kondisi ekonomi berubah

Persamaan: Sama-sama membahas strategi keuangan UKM industri makanan dalam menghadapi perubahan kondisi bisnis

Perbedaan: Penelitian ini membahas UKM makanan secara umum, sedangkan penelitian sekarang fokus pada pabrik kerupuk singkong

2. Prasetyo (2019)

Judul : Strategi keuangan pemilik UKM dalam menghadapi fluktuasi harga bahan baku

Metode: Kualitatif

Hasil: Pemilik UKM melakukan efisiensi biaya, penyesuaian harga jual, serta menjalin hubungan dengan pemasok untuk menekan dampak kenaikan harga bahan baku.

Persamaan: Sama-sama meneliti strategi keuangan pemilik UKM dalam menghadapi perubahan kondisi bisnis.

Perbedaan: Fokus penelitian terdahulu pada fluktuasi harga bahan baku secara umum, sedangkan penelitian ini pada pabrik kerupuk singkong

3. Lestari & Wibowo (2021)

Judul : Pengelolaan keuangan UKM industri pangan pada masa perubahan ekonomi

Metode: Kualitatif

Hasil: Strategi keuangan dilakukan melalui pemisahan keuangan usaha dan pribadi, perencanaan anggaran, serta pengendalian pengeluaran operasional

Persamaan: Sama-sama membahas strategi keuangan UKM industri pangan

Perbedaan: Penelitian terdahulu tidak spesifik pada jenis usaha tertentu sedangkan penelitian ini fokus pada pabrik kerupuk singkong

4. Hidayat (2018)

Judul: Strategi bertahan UKM makanan tradisional dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis

Metode: Deskriptif kualitatif

Hasil: UKM bertahan dengan mengatur arus kas, menekan biaya produksi, dan menyesuaikan skala produksi sesuai permintaan pasar

Persamaan: Sama-sama meneliti strategi keuangan UKM makanan tradisional

Perbedaan: Penelitian terdahulu membahas makanan tradisional secara umum sedangkan penelitian ini lebih spesifik pada kerupuk singkong

5. Putri (2022)

Judul: Strategi pengelolaan keuangan UKM dalam menghadapi perubahan permintaan pasar

Metode: kualitatif

Hasil: Pemilik UKM melakukan pengelolaan modal kerja yang lebih ketat, pencatatan keuangan rutin, serta penyesuaian biaya produksi untuk menjaga stabilitas usaha

Persamaan: Sama-sama membahas strategi keuangan pemilik UKM dalam menghadapi perubahan kondisi bisnis.

Perbedaan: Penelitian terdahulu fokus pada perubahan permintaan pasar, sedangkan penelitian ini fokus pada kondisi bisnis pabrik kerupuk singkong.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Pengertian Strategi

Dalam buku Manajemen Strategik Pengetahuan yang dikutip oleh Kusumadmo (2013), kata strategi secara etimologis berasal dari kata Strategos dalam bahasa Yunani yang terbentuk dari kata stratos atau tentara dan kata ego atau pemimpin. Dalam *Oxford Learner's Pocket Dictionaries Strategy (noun) : a plan of action designed to achieve a long-term or overall aim*. Jika diartikan kedalam bahasa Indonesia berarti rencana aksi yang dirancang untuk mencapai jangka panjang atau tujuan secara keseluruhan. Menurut buku Kamus Besar Bahasa Indonesia Strategi adalah : (1) ilmu dan seni menggunakan semua sumber

daya bangsa-bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu di perang dan perdamaian ; (2) ilmu dan seni memimpin bala tentara untuk menghadapi musuh dalam perang, untuk mendapatkan kondisi yang menguntungkan ; (3) rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus ; (4) tempat yang baik menurut siasat perang. Berdasarkan beberapa definisi strategi menurut arti bahasa yang digunakan maka dapat disimpulkan. Strategi adalah suatu perencanaan jangka panjang yang disusun untuk menghantarkan pada suatu pencapaian akan tujuan dan sasaran tertentu.

Strategi menurut (Marpaung, 2018) merupakan sejumlah tindakan yang terintegrasi dan terkoordinasi yang diambil untuk mendayagunakan kompetensi inti serta memperoleh keunggulan bersaing. Keberhasilan suatu perusahaan, sebagaimana diukur dengan daya saing strategis dan profitabilitas tinggi, merupakan fungsi kemampuan perusahaan dalam mengembangkan dan menggunakan kompetensi inti baru lebih cepat daripada usaha pesaing untuk meniru keunggulan yang ada saat ini. Strategi merupakan alat mencapai tujuan. Sehingga konsep tentang strategi bervariasi menurut ahli. Konsep strategi setiap waktu terus mengalami perkembangan, dibuktikan dengan berbagai pandangan mengenai konsep strategi oleh para ahli. Dalam pengertian militer,

Dalam hal ini lembaga berusaha untuk membedakan dirinya secara positif dari para pesaingnya, menggunakan kekuatan relatifnya untuk lebih memuaskan kebutuhan pelanggan. Definisi ini membahas aspek kompetitif dari strategi dan kebutuhan untuk membangun kapabilitas. Ini juga secara eksplisit menyebutkan pelanggan dan kepuasan kebutuhan mereka sebagai pendorong strategi. Sementara

menurut Salusu menyampaikan pendapat tentang strategi yaitu Suatu seni menggunakan kecakapan dan narasumber daya suatu organisasi untuk mencapai sasaran melalui hubungan yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan.

Menurut Jhon A. Bryne (2019) mendefinisikan strategi adalah sebuah pola yang mendasar dari sasaran dan direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan. Menurut David (2020) strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan yang dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Menurut winardi (2018) mengemukakan tentang strategi yakni pola sasaran, tujuan atau maksud dan kebijakan utama serta rencana untuk mencapai tujuan. Konsep tersebut sebagai upaya menitikberatkan sebagai pemimpin dalam menentukan sasaran yang harus dicapai organisasi melalui suatu perencanaan yang akurat, matang, dan sistematis. Tujuan yang akan ditetapkan dilakukan melalui sebuah pola kebijakan tertentu dalam perencanaan.

Menurut Jauch dan Glueck (2021) menyatakan bahwa strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan. Menurut Hamel dan Prahalad yang dikutip Rangkuti (2019) “Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya”.

Definisi lain mengenai strategi dikemukakan oleh Hamael dan Prahalad, mereka mendefinisikan strategi yang terjemahannya sebagai berikut: Strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti. Perusahaan perlu mencari kompetensi inti didalam bisnis yang dilakukan. Richard Vancil telah mendefinisikan konsep strategi sebagai sebuah konseptualisasi, diungkapkan atau tersirat oleh pemimpin organisasi melalui: (1) tujuan jangka panjang atau tujuan organisasi, (2) kendala dan kebijakan secara luas yang saat ini membatasi ruang lingkup kegiatan organisasi, dan (3) rangkaian rencana saat ini untuk tujuan jangka pendek itu telah diadopsi dengan harapan dapat berkontribusi pada pencapaian tujuan organisasi.

Menurut Throut (2021) memutuskan bahwa inti dari strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia yang semakin kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang baik di benak konsumen, menjadi beda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi, menguasai satu kata yang sederhana dikepala, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar dengan menjadi yang pertama, kemudian menjadi lebih baik. Strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi-operasi bisnis berskala besar, menggerakkan semua sumber daya perusahaan yang dapat menguntungkan secara aktual dalam bisnis.

Dalam dunia pendidikan, strategi diartikan sebagai perencanaan yang berisi tentang rangkaian kegiatan yang didesain sedemikian rupa untuk mencapai tujuan pendidikan. Definisi strategi adalah serangkaian proses penentuan kerangka kerja yang berfokus pada tujuan jangka panjang sebuah organisasi atau lembaga, serta upaya mencapai sebuah target yang telah ditentukan. Berdasarkan berbagai definisi tentang strategi yang dikemukakan oleh para ahli maka dapat disimpulkan bahwa strategi adalah rumusan perencanaan untuk mencapai tujuan jangka panjang melalui pengintegrasian keunggulan dan alokasi sumber daya yang ada di perusahaan.

2.2.2. Karakteristik Strategi

Seni dan ilmu dalam proses pengambilan keputusan manajemen puncak yang mengarahkan dan mengatur kegiatan perusahaan yang dengan di sertai penetapan cara melaksanakannya, yang harus di laksanakan oleh seluruh jajaran untuk mencapai tujuan serta meraih keunggulan bersama.

1. Keunggulan kompetitif

Manajemen strategi adalah tentang mendapatkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif dapat di artikan sebagai segala sesuatu yang dapat di lakukan lebih baik oleh suatu perusahaan di bandingkan dengan perusahaan saingan. Ketika suatu perusahaan dapat melakukan atau menyediakan sesuatu yang tidak dapat di lakukan oleh perusahaan lain, atau memiliki sesuatu yang di inginkan oleh perusahaan saingan, dapat di katakana bahwa perusahaan tersebut memiliki keunggulan kompetitif.

2. Strategis

Strategis adalah orang yang bertanggung jawab terhadap kesuksesan dan pengggalan suatu organisasi. Strategi membantu suatu perusahaan untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menata informasi atau data.

3. Pernyataan Visi dan Misi

Mengembangkan sebuah visi merupakan langkah dalam perencanaan strategi.

Misi adalah pernyataan tujuan yang membedakan bisnis suatu perusahaan dengan perusahaan sejenis. Sebuah pernyataan misi mengidentifikasi lingkup operasi perusahaan terkait dengan produk dan pasar.

4. Peluang dan Ancaman eksternal

Peluang eksternal dan acaman eksternal mengacu pada kecendrungan dan kejadian yang berkaitan dengan ekonomi, sosial, kebudayaan, demografi, lingkungan, politik, pemerintahan , dan teknologi yang dapat secara segnifikan menguntungkan maupun merugikan perusahaan di masa yang akan datang

5. Kekuatan dan Kelemahan internal

Kekuatan dan kelemahan internal adalah aktifitas yang dapat di kendalikan suatu organisasi yang di lakukan secara baik atau buruk. Mengidentifikasi dan mengevaluasi suatu kekuatan dan kelemahan organisasi dalam fungsional suatu bisnis merupakan kegiatan manajemen strategi yang sangat penting. Organisasi berusaha untuk mengejar strategi yang memanfaatkan kekuatan internal dan menghilangkan kelemahan internal. Kekuatan dan kelemahan di tentukan secara relative terhadap pesaing.

6. Tujuan jangka panjang

Objektif tujuan dapat di artikan sebagai hasil spesifik yang ingin di dapatkan oleh suatu organisasi dalam mengejar misi dasar perusahaan tersebut. Jangka panjang berarti lebih dari satu tahun. Tujuan sangat penting bagi suatu organisasi karena tujuan menentukan arah, solusi dalam mengevaluasi, menciptakan sinergi, menentukan preoritas, keordinasi yang focus dan menyediakan dasar untuk perencanaan, penataan, memotivasi, dan pengendalian yang efektif

7. Strategi Strategi

Strategi adalah sarana dalam mencapai tujuan jangka panjang. Strategi adalah aksi potensial yang membutuhkan keputusan di tingkat top manajemen dan sumberdaya perusahaan yang sangat banyak. Strategi berpengaruh pada keberlangsungan jangka panjang untuk perusahaan.

8. Tujuan Tahunan

Tujuan tahunan adalah sasaran jangka pendek yang harus di capai oleh suatu organisasi untuk mencapai tujuan jangka panjang. Seperti halnya tujuan jangka panjang, tujuan tahunan dapat di ukur, kuantitatif, menantang, realistis, konstan, dan diprioritaskan.

9. Kebijakan

Kebijakan adalah sarana dalam mencapai tahunan kebijakan mencakup pedoman, aturan, dan prosedur untuk mendukung upaya untuk mencapai tujuan yang telah di tentukan kebijakan adalah panduan untuk pengambilan keputusan dan mengatasi situasi yang berulang.

2.2.3. Strategi Keuangan

1. Strategi keuangan

Strategi keuangan merupakan bagian penting dalam manajemen keuangan yang berfungsi sebagai pedoman bagi perusahaan atau usaha dalam mengelola seluruh aktivitas keuangannya. Strategi keuangan tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan jangka pendek, tetapi juga diarahkan untuk menjamin keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Melalui strategi keuangan yang tepat, perusahaan dapat mengalokasikan sumber daya keuangan secara efisien, mengendalikan risiko, serta menyesuaikan diri terhadap perubahan kondisi ekonomi dan persaingan pasar.

Secara umum, strategi keuangan adalah rencana atau kebijakan jangka panjang yang disusun untuk mengelola dan mengoptimalkan sumber daya keuangan suatu organisasi atau usaha guna mencapai tujuan bisnisnya secara efektif dan berkelanjutan. Strategi ini mencakup pengambilan keputusan terkait pendanaan, investasi, pengelolaan kas, dan penggunaan laba agar perusahaan dapat bertahan, berkembang, serta mampu menghadapi perubahan kondisi ekonomi atau pasar.

Ada empat definisi strategi keuangan menurut para ahli:

1. Brigham dan Houston (2021)

Strategi keuangan adalah serangkaian keputusan dan kebijakan yang berkaitan dengan bagaimana perusahaan memperoleh, mengalokasikan, dan mengelola dana untuk memaksimalkan nilai perusahaan dalam jangka panjang. Definisi ini

menegaskan bahwa strategi keuangan berorientasi pada peningkatan nilai perusahaan (value maximization).

2. Hampton (2022)

Strategi keuangan merupakan rencana terpadu yang menghubungkan tujuan keuangan perusahaan dengan tindakan nyata untuk mencapai profitabilitas dan stabilitas keuangan. Pandangan ini menekankan pentingnya keterkaitan antara perencanaan dan implementasi strategi keuangan dalam kegiatan operasional perusahaan.

3. Van Horne dan Wachowicz (2016)

Strategi keuangan meliputi keputusan investasi, pembiayaan, dan manajemen aset yang diarahkan untuk mencapai keseimbangan antara risiko dan keuntungan. Dengan demikian, strategi keuangan tidak dapat dipisahkan dari pengelolaan risiko yang dihadapi perusahaan

1. Gitman (2015)

strategi keuangan adalah pendekatan sistematis dalam mengelola sumber daya keuangan agar perusahaan dapat tumbuh, memperoleh laba, serta menjaga likuiditas dan solvabilitasnya. Definisi ini menekankan bahwa strategi keuangan harus mampu menjaga kesehatan keuangan perusahaan secara menyeluruh.

2. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan metode yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi suatu usaha. Analisis ini terdiri dari empat komponen utama, yaitu kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats). Melalui

analisis SWOT, pelaku usaha dapat merumuskan strategi yang tepat dalam menghadapi perubahan kondisi bisnis.

Tabel:1

Faktor Internal	Faktor Eksternal
Kekuatan (Strengths)	Peluang (Opportunities)
1. Menggunakan modal sendiri 2. Pengelolaan kas sederhana 3. Penggunaan laba ditahan untuk operasional	1. Permintaan kerupuk relative stabil 2. Teknologi digital untuk pemasaran 3. Perubahan perilaku konsumen online
Kelemahan (Weaknesses)	Ancaman (Threats)
1. Pencatatan keuangan belum rapi 2. Modal terbatas 3. Pengelolaan arus kas belum optimal	1. Kenaikan harga bahan baku 2. Persaingan usaha yang tinggi 3. Penurunan daya beli masyarakat 4. Fluktasi ekonomi

3.Matriks Strategi SWOT

Tabel:2

Strategi	Penjelasan
SO	Memanfaatkan kekuatan untuk peluang
WO	Mengatasi kelemahan dengan peluang
ST	Menggunakan kekuatan untuk hadapi ancaman
WT	Meminimalkan kelemahan dan ancaman

4. Jenis-Jenis Strategi Keuangan

Strategi keuangan dalam perusahaan atau UKM dapat dikelompokkan ke dalam beberapa jenis utama sebagai berikut:

a. Strategi Pendanaan (Financing Strategy)

Strategi pendanaan berkaitan dengan cara perusahaan memperoleh dana untuk membiayai kegiatan operasional dan investasinya. Pendanaan dapat berasal dari sumber internal maupun eksternal. Sumber internal meliputi laba ditahan dan arus kas operasional, sedangkan sumber eksternal dapat berupa pinjaman bank, kredit usaha, atau modal dari investor.

Pemilihan strategi pendanaan yang tepat sangat penting karena berpengaruh terhadap struktur modal dan risiko keuangan perusahaan. Perusahaan harus mempertimbangkan biaya modal, tingkat bunga, serta kemampuan membayar kembali kewajiban keuangan.

b. Strategi Investasi (Investment Strategy)

Strategi investasi berkaitan dengan keputusan perusahaan dalam menanamkan dana pada aset produktif yang diharapkan dapat menghasilkan keuntungan di masa depan. Investasi dapat berupa investasi pada aset tetap seperti mesin dan peralatan, maupun aset lancar seperti persediaan.

Keputusan investasi harus mempertimbangkan tingkat pengembalian (return) dan risiko yang mungkin timbul. Strategi investasi yang baik akan membantu perusahaan meningkatkan kapasitas produksi dan daya saing.

c. Strategi Pengelolaan Kas (Cash Management Strategy)

Pengelolaan kas merupakan bagian penting dari strategi keuangan, terutama bagi usaha kecil dan menengah. Strategi ini bertujuan untuk menjaga keseimbangan antara penerimaan dan pengeluaran kas agar usaha tetap likuid.

Pengelolaan kas yang efektif membantu perusahaan menghindari kekurangan dana untuk kebutuhan operasional sehari-hari serta meminimalkan dana menganggur yang tidak produktif.

d. Strategi Penggunaan Laba

Strategi penggunaan laba berkaitan dengan keputusan perusahaan dalam menggunakan laba yang diperoleh, apakah akan dibagikan kepada pemilik atau ditahan untuk pengembangan usaha. Laba ditahan sering digunakan sebagai sumber pendanaan internal untuk ekspansi usaha.

Keputusan ini harus disesuaikan dengan tujuan jangka panjang perusahaan dan kondisi keuangan yang dihadapi.

2.2.4. Perubahan Kondisi Bisnis

Perubahan kondisi bisnis merupakan fenomena yang tidak dapat dihindari oleh setiap organisasi, baik perusahaan besar maupun usaha kecil dan menengah (UKM). Perubahan ini terjadi sebagai akibat dari dinamika lingkungan bisnis yang terus berkembang, sehingga menuntut perusahaan untuk melakukan penyesuaian terhadap strategi, kebijakan, serta praktik operasional yang dijalankan. Dalam konteks manajemen strategis, perubahan kondisi bisnis dipandang sebagai faktor kunci yang memengaruhi kemampuan perusahaan dalam

mempertahankan keberlangsungan usaha, meningkatkan daya saing, serta mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

Perubahan kondisi bisnis dapat terjadi secara bertahap (incremental change) maupun secara cepat dan drastis (disruptive change). Perubahan bertahap biasanya berlangsung dalam jangka waktu tertentu dan relatif dapat diprediksi, seperti kenaikan harga bahan baku secara perlahan atau perubahan selera konsumen yang berkembang seiring waktu. Sebaliknya, perubahan yang bersifat disruptif sering kali muncul secara tiba-tiba dan sulit diprediksi, seperti krisis ekonomi, pandemi, perubahan regulasi pemerintah secara mendadak, atau masuknya teknologi baru yang mengubah struktur pasar secara signifikan. Perusahaan yang tidak mampu merespons perubahan tersebut secara tepat berpotensi mengalami penurunan kinerja hingga kegagalan usaha.

Dari perspektif ekonomi dan manajemen, perubahan kondisi bisnis mencakup berbagai aspek, antara lain fluktuasi permintaan pasar, perubahan teknologi produksi, intensitas persaingan industri, kondisi sosial dan ekonomi masyarakat, kebijakan pemerintah, serta perubahan preferensi dan perilaku konsumen. Fluktuasi permintaan pasar dapat memengaruhi volume penjualan dan pendapatan perusahaan, sementara perubahan teknologi dapat menuntut perusahaan untuk melakukan investasi baru agar tetap efisien dan kompetitif. Persaingan industri yang semakin ketat juga mendorong perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk, efisiensi biaya, dan inovasi agar mampu mempertahankan pangsa pasar.

Selain faktor eksternal, perubahan kondisi bisnis juga dapat bersumber dari lingkungan internal perusahaan. Faktor internal tersebut meliputi perubahan dalam struktur organisasi, sistem manajemen, kapasitas produksi, serta kemampuan sumber daya manusia. Ketidaksesuaian antara kondisi internal perusahaan dengan tuntutan lingkungan eksternal dapat menimbulkan berbagai permasalahan, seperti inefisiensi operasional, meningkatnya biaya produksi, serta menurunnya kualitas produk atau layanan. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan evaluasi secara berkala terhadap kondisi internalnya agar tetap selaras dengan perubahan lingkungan bisnis.

Perubahan kondisi bisnis yang tidak diantisipasi dengan baik dapat menimbulkan dampak negatif bagi perusahaan. Dampak tersebut antara lain penurunan pendapatan, melemahnya arus kas, menurunnya tingkat profitabilitas, serta berkurangnya kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangannya. Dalam jangka panjang, kondisi ini dapat mengancam kelangsungan hidup perusahaan dan meningkatkan risiko kebangkrutan. Sebaliknya, perusahaan yang mampu mengelola perubahan kondisi bisnis secara efektif berpeluang untuk menciptakan peluang baru, meningkatkan efisiensi, serta memperkuat posisi kompetitifnya di pasar. Pada tingkat usaha kecil dan menengah (UKM), perubahan kondisi bisnis sering kali memberikan dampak yang lebih signifikan dibandingkan dengan perusahaan besar. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan sumber daya yang dimiliki UKM, baik dari segi modal, teknologi, maupun sumber daya manusia. UKM umumnya memiliki struktur organisasi yang sederhana dan ketergantungan yang tinggi terhadap pemilik usaha dalam pengambilan keputusan. Kondisi ini

menyebabkan UKM lebih rentan terhadap guncangan eksternal, seperti kenaikan harga bahan baku, penurunan daya beli masyarakat, atau perubahan kebijakan pemerintah.

Selain itu, UKM sering menghadapi keterbatasan dalam akses informasi dan pembiayaan, sehingga kemampuan untuk merespons perubahan kondisi bisnis menjadi lebih terbatas. Kurangnya perencanaan dan pengelolaan keuangan yang sistematis dapat memperburuk dampak perubahan kondisi bisnis terhadap kinerja keuangan UKM. Oleh sebab itu, pemahaman yang komprehensif mengenai perubahan kondisi bisnis menjadi sangat penting bagi pelaku UKM agar mampu menyusun strategi adaptasi yang tepat dan berkelanjutan. Dalam menghadapi perubahan kondisi bisnis, UKM dituntut untuk memiliki fleksibilitas dan kemampuan adaptasi yang tinggi. Fleksibilitas tersebut dapat diwujudkan melalui penyesuaian skala produksi, pengendalian biaya, diversifikasi produk, serta pengelolaan keuangan yang lebih hati-hati. Peran pemilik usaha menjadi sangat dominan dalam menentukan arah strategi dan pengambilan keputusan, sehingga literasi dan pemahaman pemilik terhadap kondisi bisnis dan keuangan usaha sangat berpengaruh terhadap keberhasilan adaptasi yang dilakukan.

Dengan demikian, perubahan kondisi bisnis merupakan tantangan sekaligus peluang bagi perusahaan dan UKM. Perusahaan yang mampu membaca perubahan lingkungan bisnis secara tepat dan meresponsnya melalui strategi yang adaptif, termasuk strategi keuangan yang efektif, akan memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang. Sebaliknya, ketidakmampuan dalam

mengantisipasi dan mengelola perubahan kondisi bisnis dapat menghambat kinerja usaha dan mengancam keberlanjutan perusahaan.

2.2.5. Hubungan Strategi Keuangan Dengan Ketahanan Usaha

Hubungan strategi keuangan dengan ketahanan usaha sangat erat, di mana strategi keuangan yang baik menjadi fondasi penting dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha secara berkelanjutan. Strategi keuangan mencakup bagaimana perusahaan mengelola modal, mengalokasikan sumber daya, serta menjaga profitabilitas dan arus kas yang sehat. Hal ini memungkinkan usaha untuk bertahan menghadapi tantangan ekonomi dan ketidakpastian pasar.

Ketahanan usaha sangat dipengaruhi oleh pengelolaan keuangan yang efektif, seperti pencatatan keuangan yang rapi, pengendalian arus kas, serta perencanaan anggaran yang baik. Dengan pengelolaan yang tepat, usaha memiliki dana cadangan untuk menghadapi risiko dan guncangan ekonomi, sekaligus mampu memanfaatkan peluang pertumbuhan. Diversifikasi pendapatan dan pengelolaan likuiditas juga menjadi bagian dari strategi keuangan yang memperkuat ketahanan usaha. Usaha yang mampu mengontrol biaya dan meningkatkan efisiensi operasional cenderung lebih siap dan tahan lama menghadapi perubahan kondisi pasar.

Selain itu, strategi keuangan yang matang juga memudahkan pengambilan keputusan strategis seperti ekspansi bisnis dan investasi baru, yang turut memperkuat daya tahan usaha dalam jangka panjang. Dengan demikian, ketahanan usaha sangat bergantung pada kualitas dan implementasi strategi keuangan yang diterapkan oleh perusahaan.

Perubahan kondisi bisnis dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa bentuk utama:

1. Perubahan Ekonomi

Perubahan ekonomi mencakup inflasi, suku bunga, pertumbuhan ekonomi, nilai tukar, serta daya beli masyarakat. Kondisi ekonomi yang baik mendorong konsumsi dan investasi, sedangkan kondisi ekonomi yang buruk dapat mengurangi permintaan produk/jasa. Bagi UKM, perubahan nilai tukar dan inflasi sangat sensitif karena dapat menaikkan biaya produksi.

2. Perubahan Teknologi

Kemajuan teknologi menciptakan peluang dan ancaman. Teknologi baru dapat meningkatkan efisiensi, memperluas pangsa pasar, serta membuka model bisnis baru. Namun demikian, teknologi juga dapat menyebabkan produk lama menjadi usang (obsolescence), serta memunculkan pesaing baru yang lebih inovatif. Pada era digital, teknologi informasi menjadi faktor perubahan terbesar, misalnya e-commerce, otomatisasi, kecerdasan buatan, dan digital marketing.

3. Perubahan Regulasi dan Kebijakan Pemerintah

Pemerintah sering melakukan penyesuaian regulasi, seperti aturan perpajakan, perizinan, subsidi, standar kualitas produk, dan pembatasan lingkungan. Kebijakan baru dapat menguntungkan atau justru membebani dunia usaha. Contohnya adalah kebijakan batasan penggunaan plastik, aturan keamanan pangan, dan peraturan upah minimum.

4. Perubahan Sosial dan Demografis

Perubahan gaya hidup, nilai budaya, jumlah penduduk, struktur usia, dan pola konsumsi mempengaruhi perilaku pasar. Contohnya, meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kesehatan memunculkan peluang produk sehat, sedangkan perubahan preferensi terhadap kepraktisan memunculkan peluang produk instan.

5. Perubahan Kompetitif

Lingkungan persaingan sangat dinamis. Pesaing baru dapat muncul dengan strategi, harga, atau teknologi yang lebih efektif. Perusahaan juga harus memperhatikan inovasi pesaing, perubahan strategi pemasaran, serta perkembangan kualitas produk mereka.

6. Perubahan Kondisi Politik dan Global

Ketidakstabilan politik, konflik global, perang dagang, dan perubahan kebijakan internasional dapat mempengaruhi impor-ekspor, harga bahan baku, serta akses pasar global

2.2.6. Produksi dan Manajemen Biaya Pada Industri Kerupuk Singkong

Industri kerupuk singkong merupakan salah satu bentuk usaha pengolahan pangan yang banyak dijalankan oleh pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia. Proses produksi kerupuk singkong pada dasarnya melibatkan serangkaian tahapan yang saling berkaitan, mulai dari penyiapan bahan baku hingga produk siap dipasarkan. Tahapan produksi tersebut meliputi pemilihan dan pengupasan singkong, pencucian, pamarutan atau penggilingan, pencampuran adonan dengan bumbu, pencetakan, pengukusan, pengeringan, hingga

pengemasan. Setiap tahapan produksi memerlukan ketepatan waktu, kualitas bahan baku, serta penggunaan alat dan tenaga kerja yang memadai agar menghasilkan kerupuk singkong dengan kualitas yang baik, baik dari segi rasa, tekstur, maupun daya simpan. Karena proses produksi dilakukan secara berurutan, efisiensi pada setiap tahapan sangat mempengaruhi hasil akhir serta jumlah produksi kerupuk singkong yang dihasilkan setiap harinya

Dari sisi operasional, produksi kerupuk singkong sangat dipengaruhi oleh kualitas bahan baku utama yaitu singkong. Singkong dengan kualitas yang baik akan menghasilkan adonan kerupuk yang lebih optimal, sehingga jumlah dan kualitas kerupuk singkong yang dihasilkan menjadi lebih baik. Namun, industri kerupuk singkong sering menghadapi tantangan berupa fluktuasi harga dan ketersediaan singkong yang dipengaruhi oleh musim panen serta kondisi cuaca. Kondisi ini menuntut pemilik usaha kerupuk singkong untuk mampu menyesuaikan strategi produksi, seperti mengatur waktu dan jumlah pembelian singkong, memanfaatkan stok bahan baku secara efisien, serta menyesuaikan volume produksi agar biaya operasional tetap terkendali.

Dalam menjalankan proses produksi, manajemen biaya memegang peranan penting. Manajemen biaya mengacu pada kegiatan perencanaan, pengendalian, dan evaluasi biaya yang timbul selama proses produksi berlangsung. Pada industri kerupuk singkong, struktur biaya umumnya terdiri atas tiga komponen utama, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik. Biaya bahan baku merupakan komponen terbesar yang mencakup singkong sebagai bahan utama, bahan tambahan seperti bumbu dan tepung, air, serta bahan

pendukung seperti plastik kemasan. Kenaikan harga salah satu bahan tersebut, terutama singkong dan bahan tambahan, dapat secara langsung meningkatkan total biaya produksi kerupuk singkong.

Komponen kedua adalah biaya tenaga kerja, yaitu upah pekerja yang terlibat dalam proses produksi kerupuk singkong, mulai dari pekerja pengupas dan pamarut singkong, pengaduk adonan, pencetak, penjemur, hingga bagian pengemasan. Industri kerupuk singkong umumnya mempekerjakan tenaga kerja dalam jumlah terbatas dengan pembagian tugas yang jelas, mengingat proses produksinya dilakukan secara bertahap dan membutuhkan ketelitian pada setiap tahap. Oleh karena itu, produktivitas tenaga kerja menjadi salah satu fokus utama dalam manajemen biaya, sehingga pengaturan pembagian tugas, jam kerja, serta keterampilan pekerja sangat berpengaruh terhadap efisiensi biaya produksi kerupuk singkong.

Komponen ketiga adalah biaya overhead pabrik yang meliputi penggunaan energi seperti gas LPG atau kayu bakar untuk proses pengukusan dan pengeringan, listrik, perawatan peralatan produksi, biaya air, transportasi, hingga biaya kebersihan area produksi. Biaya overhead ini sering bersifat fluktuatif karena dipengaruhi oleh perubahan harga energi serta kebutuhan perawatan alat produksi. Pengelolaan biaya overhead dapat dilakukan melalui penghematan penggunaan energi, perawatan peralatan secara rutin untuk mencegah kerusakan, serta penataan ruang produksi agar alur kerja menjadi lebih efisien.

Manajemen biaya pada industri kerupuk singkong tidak hanya berkaitan dengan penghitungan pengeluaran, tetapi juga mencakup pengaturan strategi agar biaya

dapat ditekan tanpa menurunkan kualitas produk. Pemilik usaha perlu melakukan pencatatan keuangan yang tertib, menghitung biaya produksi per unit, serta melakukan evaluasi secara berkala terhadap perbandingan antara biaya dan keuntungan yang diperoleh. Dengan demikian, industri kerupuk singkong dapat menetapkan harga jual yang sesuai, tetap kompetitif di pasar, serta mampu bertahan dalam menghadapi perubahan kondisi bisnis seperti kenaikan harga bahan baku atau penurunan permintaan.

Secara keseluruhan, proses produksi dan manajemen biaya merupakan aspek penting dalam keberlangsungan industri kerupuk singkong. Tanpa pengelolaan biaya yang baik, usaha berpotensi mengalami penurunan margin laba dan kesulitan dalam mempertahankan operasional. Oleh karena itu, UKM seperti pabrik kerupuk singkong perlu menerapkan strategi produksi dan manajemen biaya yang efisien agar mampu beradaptasi dengan perubahan ekonomi serta menjaga stabilitas usaha dalam jangka panjang.

2.2.7. Usaha Kecil dan Menengah UKM

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu pilar utama dalam struktur perekonomian Indonesia. UKM tidak hanya berperan sebagai penyedia lapangan pekerjaan, tetapi juga menjadi penggerak roda ekonomi nasional yang berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Dalam kajian ekonomi modern, UKM didefinisikan sebagai unit usaha yang memiliki keterbatasan aset, omzet, dan jumlah tenaga kerja, namun memiliki fleksibilitas yang tinggi dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Menurut Suryana dan Anwar (2021), UKM dapat dipahami sebagai usaha yang beroperasi dalam skala kecil namun memiliki

kemampuan adaptasi cepat terhadap dinamika pasar. Fleksibilitas ini memungkinkan UKM bergerak lebih lincah dibandingkan perusahaan besar, meskipun pada saat yang sama UKM juga lebih rentan terhadap perubahan eksternal.

Dalam perspektif manajemen usaha, UKM memiliki karakteristik tertentu yang membedakannya dari perusahaan berskala besar. Karakteristik tersebut meliputi struktur organisasi yang tidak formal, penggunaan teknologi yang sederhana, serta sistem manajemen yang bergantung pada pemilik usaha sebagai pengambil keputusan utama. UKM umumnya tidak memiliki pemisahan fungsi manajerial yang jelas, sehingga seluruh keputusan operasional, pemasaran, produksi, hingga keuangan dilakukan oleh satu orang atau kelompok kecil dalam usaha tersebut. Kondisi ini menjadikan UKM lebih rentan terhadap kesalahan dalam pengambilan keputusan, terutama jika pemilik usaha memiliki tingkat literasi keuangan dan manajerial yang masih terbatas.

Dari sisi operasional, UKM sering menghadapi keterbatasan modal sehingga harus mengoptimalkan sumber daya yang ada untuk bertahan dalam persaingan pasar. Keterbatasan ini berdampak pada minimnya investasi dalam peningkatan kualitas produk, modernisasi alat produksi, maupun pengembangan strategi pemasaran yang lebih luas. Selain itu, UKM juga sangat bergantung pada pola konsumsi masyarakat sekitar, sehingga perubahan kondisi ekonomi lokal dapat secara langsung memengaruhi volume penjualan. Hal ini menuntut UKM untuk memiliki pola manajemen yang lebih adaptif, responsif, dan mampu menyesuaikan strategi apabila terjadi perubahan lingkungan bisnis.

Dalam konteks industri pangan seperti pabrik kerupuk singkong, UKM memiliki peran yang signifikan dalam menyediakan produk pangan yang terjangkau dan digemari oleh masyarakat. Namun, sektor pangan juga memiliki tantangan tersendiri, seperti tuntutan standar kebersihan dan kualitas produk, ketergantungan pada ketersediaan bahan baku pertanian, serta persaingan harga yang semakin ketat. White dan Smith (2022) menjelaskan bahwa UKM di sektor pangan menghadapi risiko yang cukup tinggi akibat volatilitas harga bahan baku, terutama pada komoditas pertanian yang sangat memengaruhi biaya produksi. Oleh karena itu, UKM pabrik kerupuk singkong memerlukan strategi keuangan yang lebih terstruktur untuk mengelola biaya produksi, menjaga kestabilan arus kas, serta menghadapi risiko fluktuasi harga dan ketersediaan bahan baku. Dengan demikian, teori mengenai UKM menjadi sangat relevan dalam penelitian ini karena memberikan gambaran mengenai karakteristik, peluang, serta tantangan yang dihadapi oleh usaha kecil dalam menjalankan aktivitas bisnis sehari-hari.

2.2.8. Tantangan Pengelolaan Keuangan UKM

Pengelolaan keuangan merupakan salah satu aspek paling krusial dalam keberlangsungan UKM, karena keberhasilan maupun kegagalan usaha sangat bergantung pada kemampuan pemilik dalam mengatur aliran dana. Tantangan terbesar UKM dalam pengelolaan keuangan adalah minimnya sistem pencatatan yang rapi dan terstandar. Banyak pelaku usaha yang menggabungkan dana pribadi dengan dana usaha, sehingga tidak dapat membedakan mana pengeluaran untuk konsumsi pribadi dan mana yang terkait operasional bisnis. Hal ini menyebabkan

laporan keuangan tidak akurat, strategi keuangan menjadi tidak berdasar, dan keputusan bisnis sulit dievaluasi.

Selain permasalahan pencatatan keuangan, UKM juga menghadapi tantangan dalam pengelolaan arus kas (cash flow). Arus kas sering kali tidak stabil karena UKM masih mengandalkan pembayaran tunai dari pelanggan, sementara pengeluaran bersifat rutin dan harian. Ketidakseimbangan antara pemasukan dan pengeluaran dapat menyebabkan UKM mengalami kesulitan dalam menyediakan dana untuk pembelian bahan baku, pembayaran gaji karyawan, hingga pemenuhan kewajiban usaha lainnya. Dalam industri kerupuk singkong, misalnya, pembelian singkong sebagai bahan baku utama memerlukan dana yang cukup besar dan harus tersedia secara berkelanjutan sesuai dengan kebutuhan produksi. Oleh karena itu, ketidakmampuan dalam mengelola arus kas secara efektif dapat secara langsung menghambat kelancaran proses produksi kerupuk singkong.

Tantangan berikutnya yang dihadapi UKM pabrik kerupuk singkong adalah keterbatasan akses terhadap sumber pembiayaan formal. Dalam teori keuangan, struktur modal yang ideal mencakup keseimbangan antara pembiayaan internal dan pembiayaan eksternal. Namun, pada praktiknya, UKM sering mengalami kesulitan dalam memperoleh pinjaman dari lembaga perbankan karena keterbatasan jaminan serta belum tersedianya laporan keuangan yang tersusun secara sistematis dan dapat dipercaya. Akibatnya, banyak pemilik usaha kerupuk singkong yang masih bergantung pada modal pribadi atau sumber pembiayaan informal yang memiliki risiko lebih tinggi, seperti tingkat bunga yang besar. Kondisi tersebut menambah tekanan terhadap struktur keuangan UKM dan

membatasi kemampuan pabrik kerupuk singkong untuk melakukan pengembangan usaha dan meningkatkan kapasitas produksi.

Fluktuasi harga bahan baku juga menjadi tantangan besar bagi industri kerupuk singkong. Singkong sebagai bahan baku utama sangat dipengaruhi oleh musim panen, kondisi cuaca, serta ketersediaan di tingkat petani. Ketika harga singkong mengalami kenaikan, biaya produksi kerupuk singkong ikut meningkat, sementara UKM tidak selalu dapat menaikkan harga jual karena adanya persaingan pasar. Kondisi ini berdampak pada penurunan margin keuntungan. Apabila tidak diimbangi dengan penerapan strategi keuangan yang tepat, penurunan margin tersebut dapat menyebabkan UKM mengalami kesulitan modal dan mengganggu keberlangsungan usaha..

Selain itu, tingkat literasi keuangan pemilik UKM pabrik kerupuk singkong sering kali masih tergolong rendah. Banyak pemilik usaha belum sepenuhnya memahami konsep dasar manajemen keuangan, seperti perencanaan anggaran, analisis biaya, pengendalian persediaan bahan baku, hingga perhitungan laba dan rugi. Kondisi ini menyebabkan strategi keuangan yang diterapkan lebih banyak didasarkan pada pengalaman dan intuisi, bukan pada analisis keuangan yang terukur. Rendahnya literasi keuangan tersebut juga membuat UKM pabrik kerupuk singkong kurang mampu beradaptasi secara optimal terhadap perubahan kondisi bisnis yang terjadi dengan cepat.

Dari sisi eksternal, pabrik kerupuk singkong sebagai bagian dari UKM juga menghadapi berbagai perubahan kondisi bisnis, seperti inflasi, perkembangan teknologi produksi dan pemasaran, perubahan regulasi pemerintah, serta

persaingan pasar yang semakin ketat. Ketidakmampuan UKM pabrik kerupuk singkong dalam merespons perubahan tersebut dapat mengakibatkan menurunnya daya saing usaha. Oleh karena itu, pemahaman mengenai tantangan keuangan UKM pabrik kerupuk singkong menjadi bagian penting dalam landasan teori penelitian ini, khususnya untuk menganalisis strategi keuangan yang diterapkan oleh pemilik UKM dalam menghadapi perubahan kondisi bisnis.

2.2.9. Prinsip Dasar Strategi Keuangan UKM

Strategi keuangan merupakan seperangkat keputusan yang mengatur bagaimana suatu usaha memperoleh, mengelola, dan menggunakan dana untuk mencapai tujuan jangka panjang. Dalam konteks UKM, strategi keuangan harus disusun berdasarkan prinsip dasar yang mencerminkan kondisi usaha yang relatif kecil, terbatas, dan sederhana. Prinsip dasar strategi keuangan untuk UKM antara lain mencakup pemisahan keuangan usaha dan pribadi, pencatatan keuangan yang teratur, pengelolaan arus kas, efisiensi biaya, dan pemanfaatan teknologi keuangan.

Pemisahan keuangan usaha dan pribadi merupakan prinsip pertama yang harus diterapkan oleh setiap pelaku UKM. Banyak UKM yang gagal berkembang karena pemilik usaha menggunakan uang usaha untuk kebutuhan pribadi tanpa batasan yang jelas. Pemisahan ini penting agar pemilik dapat mengetahui kondisi keuangan usaha secara nyata. Dengan pemisahan dana yang baik, pemilik usaha dapat mengontrol pengeluaran, menentukan laba secara akurat, dan menyusun strategi pengembangan usaha.

Prinsip kedua adalah pentingnya pencatatan keuangan yang sistematis. Pencatatan tidak hanya mencakup pemasukan dan pengeluaran, tetapi juga meliputi aset, utang, modal, dan biaya operasional. Sistem pencatatan yang rapi membantu UKM mengetahui posisi keuangan mereka dan menjadi dasar dalam penyusunan laporan arus kas, laporan laba rugi, dan neraca. Tanpa pencatatan keuangan yang baik, UKM tidak dapat membuat keputusan strategis secara akurat, seperti menentukan harga jual produk atau menilai kelayakan investasi.

Pengelolaan arus kas merupakan prinsip strategis berikutnya. Arus kas yang sehat memastikan usaha mampu menjalankan operasi harian secara lancar. Strategi pengelolaan kas mencakup pengaturan siklus kas, kontrol piutang, pengaturan pengeluaran, serta penyediaan kas darurat. UKM yang mampu menjaga arus kas positif memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dalam kondisi ekonomi yang tidak menentu.

Efisiensi biaya juga menjadi prinsip penting dalam strategi keuangan UKM. Efisiensi bukan berarti mengurangi kualitas produk, melainkan menggunakan sumber daya secara optimal untuk menghasilkan keuntungan maksimal. Dalam industri tahu, efisiensi dapat dilakukan dengan memilih pemasok kedelai yang tepat, mengurangi pemborosan bahan baku, meningkatkan produktivitas pekerja, serta memperbaiki alur produksi.

Prinsip lainnya adalah diversifikasi pendapatan dan sumber pembiayaan. UKM tidak boleh hanya mengandalkan satu jenis produk atau satu jenis pendanaan. Diversifikasi membantu mengurangi risiko dan meningkatkan ketahanan usaha. Pemanfaatan teknologi keuangan juga menjadi prinsip modern

dalam strategi keuangan UKM. Aplikasi pencatatan keuangan, sistem pembayaran digital, dan platform penjualan online membantu UKM meningkatkan efisiensi, mengurangi kesalahan pencatatan, serta memperluas pasar secara lebih mudah.

2.2.10. Manajemen Risiko Keuangan pada UKM

Manajemen risiko keuangan merupakan proses identifikasi, analisis, dan pengendalian risiko yang dapat mengganggu stabilitas keuangan usaha. Dalam konteks UKM pabrik kerupuk singkong, manajemen risiko keuangan menjadi sangat penting mengingat UKM memiliki struktur keuangan yang relatif lebih rentan dibandingkan perusahaan berskala besar. Risiko keuangan pada UKM pabrik kerupuk singkong dapat bersumber dari ketidakstabilan arus kas, fluktuasi harga bahan baku singkong, ketergantungan pada pasar atau pelanggan tertentu, hingga ketidakseimbangan antara modal kerja dan pengeluaran operasional.

Risiko arus kas merupakan risiko paling dominan yang dihadapi UKM pabrik kerupuk singkong. Ketika arus kas tidak stabil, usaha tidak mampu memenuhi kebutuhan operasional harian seperti pembelian singkong, pembayaran upah tenaga kerja, serta biaya distribusi produk. Penyebab utama risiko arus kas antara lain pencatatan keuangan yang belum tertata dengan baik, ketergantungan pada sistem pembayaran tunai, serta kurangnya perencanaan kebutuhan dana jangka pendek dan jangka panjang.

Fluktuasi harga bahan baku, khususnya singkong sebagai bahan baku utama kerupuk singkong, menjadi risiko eksternal yang signifikan. Harga singkong sangat dipengaruhi oleh musim panen, kondisi cuaca, dan ketersediaan pasokan di tingkat petani. Kenaikan harga singkong dapat menyebabkan peningkatan biaya

produksi secara signifikan. Apabila UKM tidak mampu menyesuaikan harga jual akibat persaingan pasar, maka margin keuntungan akan menurun dan berpotensi mengganggu stabilitas usaha.

Risiko lainnya berasal dari struktur pendanaan. UKM pabrik kerupuk singkong umumnya masih mengandalkan modal pribadi atau sumber pinjaman informal tanpa perhitungan kemampuan pembayaran yang matang. Ketika usaha mengalami penurunan pendapatan, kewajiban pembayaran utang dapat menjadi beban yang berat dan mengancam keberlangsungan usaha. Oleh karena itu, strategi pengelolaan risiko pendanaan menjadi penting untuk menjaga keseimbangan antara penggunaan modal sendiri dan sumber pembiayaan eksternal.

Risiko kompetitif juga perlu mendapatkan perhatian. Persaingan dalam industri kerupuk singkong relatif ketat, terutama dengan munculnya pelaku usaha baru yang menawarkan harga lebih rendah atau variasi produk yang lebih beragam. UKM yang tidak mampu berinovasi berisiko mengalami penurunan pangsa pasar. Manajemen risiko kompetitif dapat dilakukan melalui inovasi produk, peningkatan kualitas, serta pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif.

Dengan menerapkan manajemen risiko keuangan secara tepat, UKM pabrik kerupuk singkong dapat mengenali dan mengantisipasi potensi ancaman sebelum berkembang menjadi permasalahan yang lebih besar. Manajemen risiko keuangan juga membantu UKM menjaga stabilitas usaha, meningkatkan daya saing, serta memperkuat ketahanan dalam menghadapi perubahan kondisi bisnis.

2.2.11.Kerangka Konsep



Kerangka pemi kiran penelitian ini berfokus pada strategi keuangan yang diterapkan oleh pemilik Usaha Kecil dan Menengah (UKM), khususnya pada pabrik kerupuk singkong nusantara di kota batu malang, dalam menghadapi perubahan kondisi bisnis. Di tengah dinamika lingkungan usaha yang semakin kompleks—seperti fluktuasi harga bahan baku singkong, perubahan permintaan pasar, serta meningkatnya persaingan usaha—pengelolaan keuangan yang adaptif menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan usaha. Strategi keuangan tidak hanya berfungsi sebagai alat pengendalian dan perencanaan keuangan, tetapi juga sebagai pendekatan strategis untuk meningkatkan ketahanan usaha terhadap berbagai ketidakpastian eksternal. Dengan mengintegrasikan prinsip manajemen risiko dan perencanaan keuangan yang efektif, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi keuangan dapat meningkatkan kemampuan UKM pabrik kerupuk singkong dalam beradaptasi terhadap perubahan kondisi bisnis serta memberikan dampak positif terhadap stabilitas ekonomi usaha.

Selain itu, penelitian ini juga mengeksplorasi hubungan antara pengambilan keputusan keuangan dan kemampuan UKM pabrik kerupuk singkong dalam mempertahankan daya saing di tengah dinamika pasar. Melalui pendekatan kualitatif dengan perspektif interpretatif, penelitian ini menggali pandangan dan pengalaman pemilik usaha serta pengelola Pabrik Kerupuk Singkong Nusantara terkait penerapan strategi keuangan dalam kegiatan operasional sehari-hari. Dengan memahami dinamika tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai pentingnya manajemen keuangan yang responsif dan terencana dalam mendukung keberlanjutan usaha serta meningkatkan kesejahteraan pelaku UKM. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pemilik usaha, pengelola, serta pemangku kepentingan dalam merumuskan kebijakan pengelolaan keuangan yang lebih adaptif terhadap tantangan bisnis yang terus berkembang.

