BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian Terdahulu.

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan peneliti dalam melakukan penelitian sehingga peneliti dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan.

Jurnal Pertama Yang Digunakan sebagai jurnal penelitihan terdahulu Dalam Penelitian Ini, Ditulis Oleh, Wiyadi, Aflityulia Prastiwi, Rinatrisnawati, Chuzaimah 2021 dengan judul: Strategi Penigkatan Kinerja UKM, Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian memberikan beberapa alternatif strategi yang direkomendasikan untuk meningkatkan kinerja UKM mitra adalah perlu (1) menerapkan orientasi pasar, (2) menciptakan keunggulan bersaing, (3) meningkatkan kemampuan penetapan harga, (4) memotivasi karyawan untuk tetap bekerja dengan memperhatikan protokol kesehatan. Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah yang pertama tempat, tempat penelitian terdahulu yaitu di UKM Percetakan dan Penerbitan Al-Qur'an Ma'sum Press, yang berlokasi di Desa Gajahan, Kecamatan Colomadu, Kabupaten Karanganyar sedangkan penelitian ini di lakukan di UKM Sentra Industri Tempe Dan Kripik Tempe, Yang Beralamat Di : Jl Sanan Gg. 3 No. 168, Purwantiro, Kec.Blimbing, Kota Malang, Jawa Timur. Adapun persamaan dari penelitian ini dan penelitian terdahulu yaitu sama sama

menggunakan metode kualitatif dan juga sama sama membahas tentang strategi peningkatan kinerja UKM.

Jurnal Kedua Yang Digunakan sebagai jurnal penelitihan terdahulu Dalam Penelitian Ini, Ditulis Oleh, R. Satria Setyanugraha1 , Aning Fitriana2 , Reza Rahmadi Hasibuan (2021) dengan judul: Festival Wisata Online Sebagai Bentuk Komunikasi Pemasaran Dan Peningkatan Kinerja Keuangan UKM Di Masa Pandemi Covid-1, metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan informan, observasi, dan kajian literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Desa Petahunan dalam mempromosikan wisata Desa Petahunan yaitu menggunakan empat bauran promosi yang terdiri dari iklan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), pemasaran *sponsorship (sponsorship marketing)* dan publisitas (*publicity)*, untuk meningkatkan keuangan dari UKM yang berada di Desa Petahunan pada wisata, setiap pelaku UKM diberikan pelatihan pembuatan laporan keuangan. Melalui pelaksanaan festival wisata *online* sebagai media komunikasi pemasaran, desa wisata menjadi lebih dikenal oleh warga lokal Banyumas maupun luar daerah. Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu tempat, tempat penelitian terdahulu di Desa Petahunan, yang terletak di Kecamatan Pekuncen, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah, Indonesia. sedangkan penelitian ini di dilakukan di UKM Sentra Industri Tempe Dan Kripik Tempe. Yang Beralamat Di Jl Sanan Gg. 3 No. 168, Purwantiro, Kec.Blimbing, Kota Malang, Jawa Timur. Adapun persamaan dari penelitian ini yaitu sama sama

menggunakan metode kualitatif dan juga sama sama membahas tentang strategi peningkatan kinerja UKM.

Jurnal Ketiga Yang Digunakan sebagai jurnal penelitihan terdahulu Dalam Penelitian Ini, Ditulis Oleh Silvi Ananda Putri, Retno Muslinawati, Joko Hadi Susilo (2023) dengan judul: *Analytic Hierarchy Process* : Strategi Peningkatan Kinerja UKM Batik Di Kabupaten Bojonegoro, Penelitian terdahulu ini menggunakan metode kualitatif. Objek dalam penelitian adalah UKM Batik di Kabupaten Bojonegoro dengan menggunakan pendekatan AHP, hasil penelitian: Berdasarkan hasil perhitungan AHP diketahui bahwa strategi prioritas kebijakan pada subkriteria untuk dipertimbangkan dalam upaya peningkatan kinerja UKM batik adalah dari pelaku UKM perlu meningkatkan pengalaman, pengetahuan, dan pendidikan sehingga dapat meningkatkan kinerja UKM Batik. Perbedaan antara penelitihan terdahulu dengan penelitian ini adalah yang pertama tempat, tempat penelitian terdahulu yaitu di di UKM Batik Di Kabupaten Bojonegoro sedangkan penelitian ini di UKM Sentra Industri Tempe Dan Kripik Tempe. Yang Beralamat Di : Jl Sanan Gg. 3 No. 168, Purwantiro, Kec.Blimbing, Kota Malang, Jawa Timur. Adapun persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif dan juga sama sama membahas tentang strategi peningkatan kinerja UKM.

Jurnal ke Empat Yang Digunakan sebagai jurnal penelitihan terdahulu Dalam Penelitian Ini, Ditulis Oleh Renggi Liony (2025) dengan judul: Pengaruh Pengelolaan Keuangan, Kenaikan Harga Bahan Baku, Inovasi Produk Terhadap Ketahanan Usaha UKM Kuliner Di Kota Padang, Metode yang di gunakan dalam

penelitian terdahulu yaitu: metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukan bahwa: Pengelolaan Keuangan dan Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap ketahanan usaha UKM. Kenaikan Harga Bahan Baku berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap ketahanan usaha.

Hal ini menunjukkan bahwa faktor internal (pengelolaan keuangan dan inovasi) dianggap lebih penting bagi ketahanan usaha UMKM di Kota Padang dibandingkan dengan faktor eksternal (kenaikan harga bahan baku). Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu:, metode yang di gunakan oleh penelitian terdahulu yaitu metode kuantitatif sedangkan penelitian ini menggunakan metode kualitatif. persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah Sama-sama meneliti faktor eksternal yang memengaruhi kinerja keuangan.

Kerangka Teori

1. **Pengertian Strategi**

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan tentang pelaksanaan gagasan, perencanaan dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Kata “strategi” adalah turunan dari kata dalam bahasa yunani strategos yang berarti sebagai “*the art of the general”* atau seni seorang panglima yang biasanya digunakan dalam peperangan pada zaman demokrasi Athena. Strategi juga dapat diartikan sebagai rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.

Secara umum strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Sedangkan secara khusus strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan dengan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan.

2. Pengertian Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan dalam konteks dunia usaha mengandung pengertian yang sangat luas. Pengertian kinerja keuangan menurut Ikatan Akuntan Indonesia adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengendalikan sumber daya yang dimilikinya. Kinerja keuangan merupakan gambaran kondisi keuangan perusahaan pada suatu periode tertentu menyangkut aspek penghimpunan dana maupun penyaluran dana, yang biasanya diukur dengan indikator kecukupan modal, likuiditas, dan profitabilitas. Kinerja keuangan merupakan gambaran dari pencapaian keberhasilan perusahaan dapat diartikan sebagai hasil yang telah dicapai atas berbagai aktivitas yang telah dilakukan. Dapat dijelaskan bahwa kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar, Fahmi (2020) Kinerja keuangan merupakan gambaran dari pencapaian keberhasilan perusahaan dapat diartikan sebagai hasil yang telah dicapai atas berbagai aktivitas yang telah dilakukan. Dapat dijelaskan bahwa kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan

menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar Fahmi (2020:2). Menurut Rudianto (2020:189) kinerja keuangan adalah hasil atau prestasi yang telah dicapai oleh manajemen perusahaan dalam menjalankan fungsinya megelola aset perusahaan secara efektif selama periode tertentu. Kinerja keuangan sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk mengetahui dan mengevaluasi sampai dimana tingkat keberhasilan perusahaan berdasarkan aktivitas keuangan yang telah dilaksanakan.

Menurut Mulyadi (2020:2) menguraikan pengertian kinerja keuangan ialah penentuan secara periodik efektifitas operasional suatu organisasi dan karyawannya berdasarkan sasaran, standar, dan kriteria yang ditetapkan sebelumnya". Pendapat serupa dikemukakan oleh Sawir (2020:1) yang menyatakan bahwa kinerja keuangan merupakan kondisi yang mencerminkan keadaan keuangan suatu perusahaan berdasarkan sasaran, standar, dan kriteria yang ditetapkan. Menurut Wiratna (2021:71) menyatakan bahwa Kinerja keuangan merupakan hasil dari evaluasi terhadap pekerjaan yang telah selesai dilakukan, hasil pekerjaan tersebut dibandingkan dengan kriteria yang telah ditetapkan bersama.Setiap pekerjaan yang telah selesai dilakukan perlu dilakukan penilaian/pengukuran secara periodik.

Dari sejumlah pengertian kinerja keuangan di atas, dapat diambil kesimpulan sederhana bahwa kinerja keuangan merupakan pencapaian prestasi perusahaan pada suatu periode yang menggambarkan kondisi kesehatan keuangan perusahaan

dengan indikator kecukupan modal, likuiditas dan profitabilitas.Jubaedah and Destiana (2020)

A. Tujuan Kinerja Keuangan

Menurut Jumingan (2020:) kinerja keuangan memiliki beberapa tujuan, yaitu:

a. Untuk mengetahui keberhasilan pengelolaan keuangan perusahaan terutama kondisi likuiditas, kecukupan modal, dan profitabilitas.
b. Untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam mendayagunakan semua aset yang dimiliki dalam menghasilkan profit secara efisien.

Sedangkan menurut Munawir (2020: 31) kinerja keuangan memiliki beberapa tujuan, yaitu:

a. Untuk mengetahui tingkat likuiditas, yaitu kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangan yang harus segera dipenuhi pada saat ditagih.
b. Untuk mengetahui tingkat solvabilitas, yaitu kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangannya apabila perusahaan tersebut dilikuidasi.
c. Untuk mengetahui tingkat profitabilitas dan rentabilitas, yaitu kemampuan menghasilkan laba selama periode tertentu yang dibandingkan dengan penggunaan aset atau ekuitas secara produktif.
d. Untuk mengetahui tingkat aktivitas usaha, yaitu kemampuan perusahaan dalam menjalankan dan mempertahankan usahanya agar tetap stabil, yang diukur dari kemampuan perusahaan dalam

membayar pokok utang dan beban Bunga tepat waktu, serta pembayaran dividen secara teratur kepada para pemegang saham tanpa mengalami kesulitan atau krisis keuangan.

B. Pengukuran Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan perusahaan berkaitan erat dengan pengukuran dan penilaian kinerja. Pengukuran kinerja adalah kualifikasi dan efisiensi serta efektivitas perusahaan dalam pengoperasian bisnis selama periode akuntansi. Pengukuran kinerja digunakan perusahaan untuk melakukan perbaikan di atas kegiatan operasionalnya agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Analisis kinerja keuangan merupakan proses pengkajian secara kritis terhadap review data, menghitung, mengukur, menginterprestasi, dan memberi solusi terhadap keuangan perusahaan pada suatu periode tertentu.indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja keuangan, seperti:

1) Rasio Likuiditas

Menurut Kasmir (2020:130) Rasio likuiditas atau sering juga disebut dengan nama rasio modal kerja merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa likuidnya suatu perusahaan. Caranya adalah dengan membandingkan komponen yang ada di neraca, yaitu total aktiva lancar dengan total passiva lancar (utang jangka pendek). Penilaian dapat dilakukan untuk beberapa periode sehingga terlihat perkembangan likuiditas perusahaan dari waktu ke waktu.

2) Rasio Solvabilitas

menurut Munawir (2020:32),“Solvabilitas adalah menunjukkan kewajiban keuangannya apabila perusahaan tersebut dilikuidasikan, baik kewajiban keuangan jangka pendek maupun jangka panjang.” Sedangkan menurut Riyanto (2020:32), “Solvabilitas dimaksudkan sebagai kemampuan suatu perusahaan untuk membayar semua utang-utangnya (baik jangka pendek maupun jangka panjang).”

3) . Rasio Aktivitas

Menurut Kasmir (2022:172) rasio aktivitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam mengunakan aktiva yang dimilikinya

4) Rasio Profitabilitas

Menurut Munawir (2022:33), “Rentabilitas atau Profitabilitas, adalah menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. ”. Rasio profitabilitas memberikan jawaban akhir bagi manajemen perusahaan karena rasio profitabilitas ini memberikan gambaran mengenai efektifitas pengelolaan perusahaan.

C. Pentingnnya Kinerja Keuangan Untuk UKM:

Kinerja keuangan sangat berperan penting bagi UKM, karena mereka harus memastikan bahwa bisnis mereka dapat bertahan dan berkembang. Kinerja keuangan yang buruk dapat menyebabkan UKM mengalami masalah likuiditas dan kemampuan untuk membayar utang. Oleh karena itu, UKM harus memantau arus kas, laba bersih, dan rasio utang mereka dengan hati-hati. Dengan cara ini,

UKM dapat mengidentifikasi masalah keuangan dengan cepat dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk memperbaikinya. kinerja keuangan UKM juga dapat membantu mereka untuk menentukan tujuan keuangan, memahami kinerja bisnis mereka dan mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan pendapatan. Kinerja keuangan merupakan indikator dalam mengavaluasi dalam mengukur kondisi keuangan perusahaan melalui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba Pang et al.,(2020).

Kinerja Keuangan perusahaan yang stabil merupakan daya tarik bagi investor untuk menginvestasikan modal pada perusahaan, sehingga menjaga kestabilan kinerja keuangan menjadi salah satu tujuan yang harus dicapai peusahaan. Kinerja keuangan dapat ditunjukan melalui laporan keuangan.

3. **Pengertian UKM**.

Pengertian tentang Usaha Kecil Menengah (UKM) tidak selalu sama, tergantung konsep yang digunakan negara itu. Mengenai pengertian usaha kecil ternyata sangat bervariasi, disatu negara dengan negara lainnya. Dalam definisi tersebut mencakup sedikitnya dua aspek yaitu aspek penyerapan tenaga kerja dan aspek pengelompokan perusahaan ditinjau dari jumlah tenaga kerja yang diserap oleh perusahaan.

Pengertian Usaha Kecil Menengah di Indonesia masih beragam. Menurut Kementrian Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menegkop dan UKM) Usaha kecil (UK) termasuk Usaha Mikro (UMI), adalah entitas usaha yang mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000, tidak termasuk tanah

dan bangunan tempat usaha, dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000. sementara itu, Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp 200.000.000 s.d. Rp 10.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan. Sedangkan Menurut Badan Pusat Statistik UKM berdasarkan kuantitas kerja, yaitu usaha kecil merupakan entitas Usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 s.d 19 orang, sedangkan Usaha Menengah merupakan entitias usaha yang memiliki tenaga kerja 20 s.d 99 orang.

Usaha Kecil menurut Undang-Undang No.9 tahun 1995 adalah usaha produktif yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih paling banyak Rp.200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan paling banyak Rp.1.000.000.000,00 (satu milyar rupiah) per tahun serta dapat menerima kredit dari bank maksimal di atas Rp.50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Yang dimaksud dengan Usaha Menengah menurut Impres No. 5 Tahun 1998, adalah usaha yang bersifat produktif yang memenuhi kriteria kekayaan usaha bersih lebih besar dari Rp.200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak sebesar Rp.10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha serta dapat menerima kredit dari bank sebesar Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan Rp.5.000.000.000,00 (lima milyar rupiah)

4. . Klasifikasi

Dalam perspektif perkembangannya, UKM dapat diklarifikasikan menjadi empat kelompok yaitu:

a) *Livelihood Activities*, merupakan UKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima. Kelompok ini disebut sebagai sektor informal. Di Indonesia jumlah UKM kategori ini sangat besar.

b) *Micro enterprise*, merupakan UKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan. Jumlah UKM ini di Indonesia juga cukup besar.

c) *Small Dynamic Enterprise*, merupakan UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor. Banyak pengusaha skala menengah dan besar yang tadinya berasal dari kategori ini. Jika dididik dan dilatih dengan baik maka sebagian dari UKM kategori ini akan masuk ke kategori empat. Jumlah kelompok UKM ini jauh lebih kecil dari jumlah UKM yang masuk kategori satu dan dua.

d) *Fast Moving Enterprise*, merupakan UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB). Kelompok ini jumlahnya juga lebih sedikit dari UKM kategori satu dan dua.

5. Ciri – Ciri Usaha Kecil Menengah (UKM):

a) Bahan baku mudah diperoleh.

b) Menggunakan teknologi sederhana sehingga mudah dilakukan alih teknologi.

c) Keterampilan dasar umumnya sudah dimiliki secara turun-temurun.

d) Bersifat padat karya atau menyerap tenaga kerja yang cukup banyak

e) Peluang pasar cukup luas, sebagian besar produknya terserap di pasar lokal/domestik dan tidak tertutup sebagian lainnya berpotensi untuk di ekspor.

f) Melibatkan masyarakat ekonomi lemah setempat, secara ekonomis menguntungkan.

6. Fungsi dan Peran UKM

Usaha Kecil Menengah (UKM) memiliki fungsi dan peran yang sangat penting untuk perekonomian Nasional. Adapun fungsi dan peran dari UKM diantaranya sebagai penyedia barang dan jasa, peningkatan taraf hidup, penyerapan tenaga kerja, untuk pemerataan pendapatan, maupun sebagai nilai tambah bagi produk daerah.

7. Permasalahan dan Penghambat UKM

UKM menjadi pusat perhatian karena tingkat perekonomian dan pengetahuan yang “kurang maju” dalam berbisnis. UKM menghadapi kendala-kendala dalam mempertahankan atau mengembangkan usaha (bisnis), antara lain kurang

pengetahuan pengelolaan usaha, kurang modal, dan lemah di bidang pemasaran. Kondisi pasar yang dihadapi UKM adalah persaingan monopolistik di samping itu merupakan fakta yang perlu diperhatikan. Untuk mengatasinya UKM harus merencanakan strategi bisnis yang tepat.

Sebagai pelaku ekonomi UKM masih menghadapi kendala struktural kondisional secara internal, seperti struktur permodalan yang relatif lemah dan juga dalam mengakses ke sumber-sumber permodalan yang sering kali terbentur masalah agunan sebagai salah satu syarat perolehan kredit. Keterampilan teknis rendah dan teknologi produksi sederhana. Rendahnya keterampilan teknis dari para pekerja berakibat pada sulitnya standarisasi produk. Begitu juga penggunaan teknologi produksi yang sederhana mengakibatkan mutu produk yang dihasilkan bervariasi. Kalau hal ini terjadi, maka produk yang dikirim kemungkinan akan di klaim oleh konsumen. Hal ini akan sangat merugikan, apalagi jika produk ditolah oleh konsumen luar negeri.

Para pekerja umumnya keluarga, artinya dalam perekrutan pekerja lebih dilakukan kepada aspek kekeluargaan yaitu lebih mementingkan kedekatan hubungan dibandingkan dengan keahlian yang dimiliki. Dalam manajemen tidak ada spesialisasi bahkan sering kali pemilik menangani sendiri, artinya dalam menjalankan perusahaan tidak terdapat job description yang jelas. Disamping itu tingkat perputaran tenaga kerja tinggi. Hal ini akan mengakibatkan sulitnya menjadikan tenaga menjadi betulbetul ahli. Lemah dalam administrasi keuangan. kondisi ini sering kali menjadi penyebab sulitnya perusahaan mengajukan kredit

ke pihak ketiga, sebab para investor baru mau menanamkan uangnya apabila terjamin keamanannya, artinya uang yang diturunkannya dijamin akan kembali dan sekaligus memperoleh keuntungan. Lemahnya administrasi keuangan mengakibatkan sulitnya melakukan penilaian kelayakan.

Banyak biaya di luar pengendalian terkait dengan lemahnya administrasi keuangan seringkali dijumpai tidak terdapat pemisahan yang jelas antara kekayaan perusahaan dan kekayaan pribadi sehingga sehingga membengkaknya prive diraksi, tidak memperhitungkan penyusutan dan aktiva tetap, tidak memperhitungkan tenaga keluarga. Kesulitan memperoleh ijin usaha. Birokrasi yang harus ditempuh UKM dalam mengurus perijinan seringkali cukup panjang sehingga menyebabkan lamanya waktu yang diperlukan untuk sampai memperoleh perijinan.

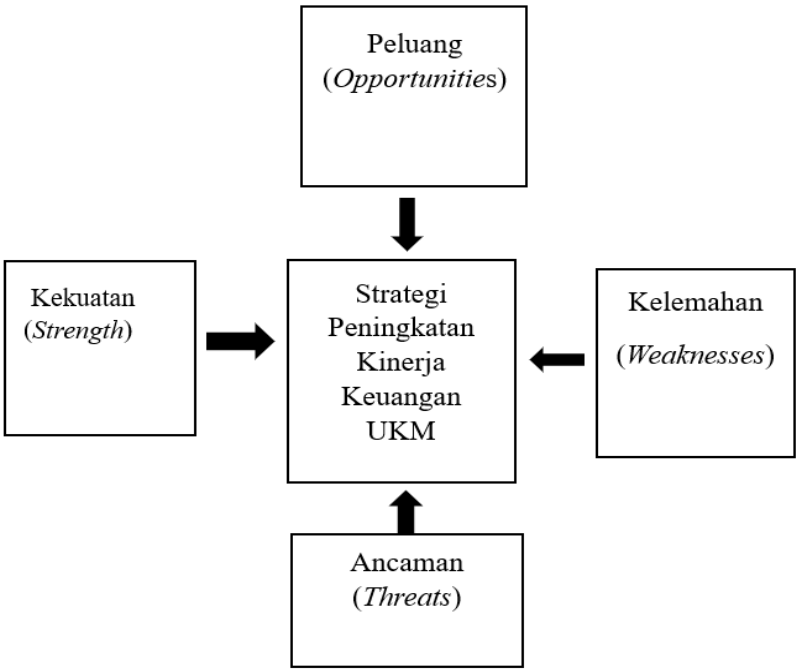
`Strategi bisnis yang perlu diambil antara lain adalah sebagai berikut:

1) Untuk dapat mengembangkan UKM perlu dipelajari terlebih dulu tentang ciri-ciri definisi/pengertian kelemahan-kelemahan serta potensipotensi yang tersedia serta perundang-undangan yang mengaturnya.
2) Dibadan usaha tersebut diperlukan bantuan manajeral agar tumbuh inovasi-inovasi mengelola UKM berdampingan dengan usaha-usaha besar.
3) Secara vertical dalam system gugus usaha, usaha kecil menengah (UKM) bisa menjadikan diri komplemen-komplemen usaha bagi industri perusahaan produsen utama. Maka diperlukan suatu strategi UKM menjalin kerja komplementer dengan usaha-usaha besar.

4) Kerja sama bisa berbentuk koperasi dan secara bersama-sama beroperasi masuk (*entry*) dalam usaha tertentu. Di Indonesia kemitraan usaha yang berbentuk koperasi merupakan strategi bisnis yang sangat penting, sehingga pemerintah menganggap perlu membentuk Departemen khusus untuk menangani UKM dan koperasi.

Kerangka Pemikiran

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran



Sumber : Diolah 2025

A. Faktor Internal (Lingkungan Internal)

Faktor internal berasal dari dalam UKM dan dapat dikendalikan.

1) Kekuatan (Strength): Atribut positif dan keunggulan internal yang dimiliki UKM, seperti layanan pelanggan berkualitas, tim yang solid, atau proses internal yang efisien. Kekuatan digunakan untuk memanfaatkan peluang yang ada.
2) Kelemahan (Weaknesses): Aspek internal yang merugikan atau kurang berkembang, seperti kurangnya pengembangan SDM atau kebijakan internal yang lemah. Kelemahan harus diminimalisir untuk mengurangi dampak negatif ancaman.

B. Faktor Eksternal (Lingkungan Eksternal)

Faktor eksternal berasal dari luar UKM dan umumnya tidak dapat dikendalikan.

1) Peluang (Opportunities): Kondisi eksternal yang menguntungkan dan dapat dimanfaatkan oleh UKM untuk pertumbuhan, seperti tren pasar yang berkembang atau kelemahan pesaing.
2) Ancaman (Threats): Faktor eksternal yang berpotensi menimbulkan masalah atau risiko bagi UKM, seperti perubahan kebijakan pemerintah yang merugikan atau persaingan yang ketat.