

**ANALISIS STRATEGI PERMODALAN YANG EFEKTIF DALAM  
UPAYA PENINGKATAN KONDISI KEUANGAN UMKM DENGAN  
MODEL QSPM  
(STUDI KASUS PADA UMKM LIMA SARANA BERSIH)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**MANAJEMEN**



**oleh:**

**EVI TAMALA**

**2016120058**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADewi**

**MALANG**

**2020**

**ANALISIS STRATEGI PERMODALAN YANG EFEKTIF DALAM  
UPAYA PENINGKATAN KONDISI KEUANGAN UMKM DENGAN  
MODEL QSPM  
(STUDI KASUS PADA UMKM LIMA SARANA BERSIH)**

**RINGKASAN**

Modal merupakan salah satu kendala yang dihadapi UMKM karena pentingnya pengendalian modal kurang diperhatikan oleh pemilik UMKM. Tujuan dari penelitian ini yaitu guna memahami strategi permodalan yang efektif dalam upaya peningkatan kondisi keuangan UMKM. Jenis penelitian ini bersifat kualitatif dengan Teknik untuk mengumpulkan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis QSPM. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa 1.) berdasarkan dari analisis SWOT yang peneliti lakukan menghasilkan strategi-strategi baru, a.) Menambah pinjaman ke pihak lain, b.) Menciptakan produk-produk baru lebih, c.) Memperbanyak pelanggan melalui kerjasama dengan anggota politik dan masyarakat, d.) Memperbanyak kerjasama dengan anggota-anggota pemerintah lainnya, d.) Membuat laporan arus kas, e.) Menaikan DP dari pembeli yang semula 30% menjadi 50%, f.) Menambah mesin, g.) Melakukan pengendalian terhadap harta, utang dan modal, h.) Memperluas lahan, i.) Merekrut karyawan yang paham dalam manajemen keuangan, j.) Pelatihan manajemen keuangan kepada pemilik UMKM yang dijalankan secara berkelanjutan supaya usahanya semakin berkembang, k.) Mencari reseller di setiap daerah-daerah yang ada di Indonesia, l.) Memperbanyak safety stock pada saat harga dolar turun, m.) Membentuk inovasi produk baru supaya mempunyai daya Tarik yang tinggi, n.) Mempertahankan kualitas produk agar mampu bersaing dan

pelanggan tidak lari ke pesaing, o.) Memperluas pemasaran ke wilayah-wilayah baru, p.) Pengendalian bahan baku sendiri untuk menghemat pengeluaran, q.) Membeli bahan baku dalam negeri untuk menghindari besarnya pengeluaran pada saat dolar naik. 2.) Dari hasil analisis QSPM strategi yang paling besar pengaruhnya terhadap UMKM berada pada strategi yang ke sebelas yaitu mencari reseller di setiap daerah-daerah yang ada di Indonesia. Artinya Strategi baru yang bisa dipergunakan oleh pemilik UMKM untuk upaya peningkatan kondisi keuangan yakni dengan mencari reseller di setiap daerah-daerah di Indonesia.

Kata Kunci: Strategi modal, Peningkatan kondisi keuangan, Model QSPM.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 mengenai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), mendefinisikan Usaha Mikro sebagai usaha yang mempunyai aset maksimal Rp 50 juta dengan omset maksimal Rp 300 juta, Usaha Kecil yaitu usaha yang mempunyai aset lebih dari Rp 50 juta sampai Rp 500 juta dengan omset lebih dari Rp 300 juta sampai Rp 2,5 miliar, sedangkan Usaha Menengah yaitu usaha dengan aset lebih dari Rp 500 juta sampai Rp 100 miliar dengan omset lebih dari Rp 2,5 miliar sampai Rp 50 miliar. Sementara usaha mikro merupakan usaha produktif yang dimiliki oleh perseorangan ataupun badan usaha perseorangan yang telah mencukupi kriteria usaha mikro sesuai yang ditetapkan oleh Undang-Undang.

Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sangat besar guna menunjang perekonomian Indonesia maupun nasional. Karena, untuk mendorong terbentuknya kewirausahaan domestik dan juga menghemat sumber daya negara, Usaha Kecil dan Menengah juga memanfaatkan teknologi padat karya, oleh karena itu bisa memberikan lebih banyak peluang kerja dibanding dengan yang ditawarkan perusahaan skala besar, bisa didirikan dan dioperasikan secara individu dapat memperoleh hasil dengan cepat. Rusdiati (2010:145).

Menurut Sasongko, Rifa'I, dan Indrihastuti (2018), dunia bisnis berkaitan dengan persaingan usaha yang sangat ketat dan tidak bisa dihindari. Dalam hal ini, ancaman yang datang dari luar maupun dalam negeri akan menyebabkan setiap usaha kecil dan

menengah (UMKM) dituntut untuk bisa bersaing dalam menghadapi ancaman ataupun peluang yang dapat berpengaruh pada kemajuan dan penurunan usaha yang dijalankannya, oleh karena itu UKM diharuskan peka terhadap keinginan pasar secara umum dan keinginan konsumen secara khusus, serta selalu berinovasi pada produk-produknya yang bertujuan supaya bisa bersaing dengan produk lainnya.

Uniknya, pada saat perusahaan besar tidak sanggup menghadapi krisis, justru sebagian besar UMKM bisa bertahan, seperti yang telah dikemukakan oleh Krisdiartiwi (2008:1) meskipun tergolong dalam UMKM, usaha tersebut mampu bertahan saat krisis pada tahun 1998 dikarenakan banyak perusahaan-perusahaan besar yang ada di Indonesia *collapse* pada saat itu. Untuk tetap bisa bertahan dalam menghadapi krisis dan mampu bertahan dalam rentang waktu yang cukup lama, memerlukan strategi yang sesuai terutama dalam mengatur kondisi keuangan.

Setiap Negara di dunia pada abad ke-21 ini seakan tidak ada penyekat, batasan ruang dan waktu, diperkirakan orientasi pengusaha bisnis dapat berubah. Apabila orientasi bisnis sebelumnya berkembang maka produsen bisa bebas memaksakan keinginannya terhadap konsumen dan produk yang dihasilkannya, meskipun kadang-kadang tidak sesuai dengan yang diinginkan konsumennya, namun yang terjadi sekarang ini ialah sebaliknya. Sebagaimana terdapat dalam buku karangan Freddy Rangkuti (2013: 1, 2 dan 20) yang membahas tentang Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis.

Dari pergeseran orientasi terkait maka pelaku usaha sudah menyadari dalam dunia perindustrian sekarang ini, konsumen yang menjadi pemegang kendali dari produk yang dipasarkan, konsumen memiliki pengaruh terhadap bentuk maupun jenis produk apa saja yang dapat ataupun tidak dapat dipasarkan, maka dengan begitu produsen seakan dituntut guna mengikuti dan memproduksi suatu produk yang sesuai dengan keinginan dan nilai konsumen apabila mereka berkeinginan untuk dapat bertahan maka hal-hal terkait perlu diperhatikan dengan melakukan edukasi pasar melalui penawaran solusi secara keseluruhan. Analisis SWOT dan QSPM berfungsi sebagai strategi kompetitif guna menganalisa keunggulan, kekuatan, dan kelemahan perusahaan. Penelitian ini dilakukan melalui analisa pada kondisi internal perusahaan, dan analisa tentang peluang maupun ancaman yang dihadapi oleh perusahaan dan analisa melalui kondisi eksternal perusahaan.

Untuk itulah UMKM Lima Sarana Bersih sebagai perusahaan manufaktur yang menghasilkan berbagai jenis produk keperluan konsumen harus mengidentifikasi setiap kelemahan maupun kekuatannya serta selalu mengamati setiap peluang yang mengakibatkan adanya ancaman kerugian dan keuntungan. Sehingga terwujudlah analisis SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats*) yang berperan penting untuk menentukan suatu tindakan yang akan dilakukan.

Strategi umum yang dipergunakan salah satunya ialah strategi 4P yaitu *Product, Price, Place, Promotion*, akan tetapi terdapat pula faktor-faktor yang memberikan pengaruh terhadap strategi pemasaran yakni faktor internal dan eksternal dari usaha terkait, dengan pendekatan analisa SWOT, bisa mengetahui posisi perusahaan dan alternatif strategi yang sesuai bagi manajemen keuangan UMKM. Analisis SWOT merupakan singkatan dari lingkungan Eksternal *Threats and Opportunities* serta lingkungan Internal *Weaknesses and Strengths* yang akan ditemui

dalam dunia bisnis, sehingga analisis model QSPM memiliki tujuan guna memahami alternatif strategi dan posisi keuangan mana yang tepat untuk pihak pengelola UMKM dalam upaya mengatur kondisi keuangan (Rangkuti, 2013: 20). Adapun beberapa UMKM di Kota Malang yang bergerak di sektor industri kreatif, terutama di sub sektor kerajinan yakni UMKM industry Lima Sarana Bersih yang terletak di wilayah Jawa Timur, jalan raya Tlogomas no 11 RT 03 RW 07 Kota Malang. Industri ini sangat bersinergi dengan program pemerintah dalam hal mencegah pengelolaan sampah.

UMKM Lima Sarana Bersih merupakan suatu usaha yang bergerak dibidang industri sarana kebersihan yang menghasilkan beragam peralatan kebersihan. Usaha terkait didirikan sejak tahun 1990 dan masih eksis sampai saat ini dan semakin berkembang serta memperbanyak daerah pemasaran di seluruh Jawa Timur, Jawa Tengah, dan Jawa Barat, Riau, Kalimantan, Kupang, Sulawesi, Halmahera, hingga ke wilayah Papua. Dengan bermodalkan semangat untuk maju, istiqomah, kesungguhan, serta profesional, sehingga industri yang berlabel LIMA Sarana Bersih ini berusaha memenuhi permintaan pasar dengan kualitas produk yang terjaga.

LIMA Sarana Bersih' berasal dari kata Lingkungan Indah Menunjang Adipura. Adipura merupakan suatu penghargaan untuk seseorang atau kota di Indonesia yang telah berhasil dalam usaha menjaga kebersihan dan mengelola lingkungan perkotaan. Adipura diselenggarakan oleh Kementerian Negara Lingkungan Hidup. Sebagaimana yang terdapat dalam peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia nomor p.53/menlhk/setjen/kum.1/6/2016 bab 1 pasal 1 dan 2 tentang pedoman pelaksanaan program adipura.

Selain terciptanya industri kreatif yang sejenis kurangnya permodalan juga menjadi suatu kendala UMKM Lima Sarana Bersih. Permodalan yaitu faktor terpenting yang diperlukan UMKM guna mengembangkan usahanya. Drs. Moekijat (2019) menyatakan bahwa modal yakni hal vital

yang harus dipunyai perusahaan terlebih bagi perusahaan yang sedang berkembang, dengan tidak adanya modal, suatu bisnis akan mengalami kesulitan dalam melaksanakan kegiatan bisnisnya. Modal dianggap suatu hal terpenting dikarenakan dapat membantu proses produksi barang lainnya yang diperlukan manusia yang bertujuan guna mendapatkan keuntungan, maka dari itu UKM pada umumnya ialah suatu usaha perseorangan yang hanya mengandalkan modal pemiliknya saja dengan jumlah yang terbatas. Maka analisis strategi di masa mendatang sangat penting adanya. Karena akan membantu UMKM Lima Sarana Bersih tersebut dalam meningkatkan kondisi keuangan dan proses produksi dapat berjalan dengan lancar.

Penelitian ini dilaksanakan guna memahami strategi yang efektif dengan menggunakan analisis SWOT dan strategi terbaik menggunakan strategi PQSM yang dapat meningkatkan kondisi keuangan UMKM Lima Sarana Bersih. Metode yang digunakan yaitu QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Menurut Zulkarnaen dan Sutopo (2013), penggunaan matriks QSPM memiliki keuntungan yakni strategi-strateginya bisa diperiksa secara bersamaan dan berurutan, serta tidak adanya batasan dalam jumlah strategi yang bisa dievaluasi sekaligus, oleh karena itu sangat cocok melakukan penelitian di tempat tersebut karena, selain masih sangat sederhana dan dibutuhkan pengembangan secara lebih lanjut khususnya dalam mengatur kondisi keuangan UMKM Lima Sarana Bersih, UMKM tersebut juga telah menggunakan strategi SWOT dalam strategi pemasaran.

Harapannya agar analisis dengan model QSPM tidak hanya digunakan di dalam strategi pemasaran saja tetapi juga digunakan dalam upaya peningkatan kondisi keuangan UMKM tersebut mengingat proses produksi yang tidak pasti hanya memproduksi saat mendapatkan pesanan saja dan modal produksi hanya menggunakan DP dari pemesan sebesar 30%. Selain itu besar kecilnya jumlah pemesanan juga berpengaruh pada proses produksi. Jika jumlah pesanan besar maka proses

produksi dapat berjalan dengan lancar, namun jika jumlah pesanan sedikit maka proses produksi akan mengalami beberapa hambatan dikarenakan pengeluaran setiap bulannya tetap sementara pemasukan tidak pasti. Kadang besar kadang kecil tergantung pada jumlah pesanan, selain itu pihak UMKM juga tidak menyediakan modal untuk setiap proses produksi dan tidak menyediakan stok untuk proses produksi kedepannya. Oleh karena itu, jika jumlah pesanan sedikit maka keuntungan yang didapat sedikit pula, dan jika dananya kurang maka pihak UMKM biasanya meminjam di BANK yang artinya kondisi keuangan UMKM tidak selalu stabil. Oleh karena itu penulis memiliki ketertarikan guna meneliti serta menganalisis strategi yang efektif dalam upaya meningkatkan kondisi keuangan UMKM Lima Sarana Bersih yang bergerak dibidang industri yang berkaitan dengan kebersihan lingkungan tersebut.

Dari uraian tersebut dilaksanakan penelitian berjudul “Analisis Strategi Permodalan Yang Efektif Dalam Upaya Peningkatan Kondisi Keuangan UMKM Dengan Model QSPM (Studi Kasus Pada UMKM Lima Sarana Bersih)” terletak di jalan Tlogomas no 11 RT 03 RW 07 Tlogomas Kota Malang.

## **1.2 Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian berhubungan dengan analisis strategi permodalan dalam upaya peningkatan kondisi keuangan UMKM dengan model QSPM (Studi kasus pada UMKM Lima Sarana Bersih). Penelitian ini dilaksanakan jalan raya Tlogomas no 11 RT 03 RW 07 Tlogomas Kota Malang.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Dari penelitian ini permasalahan yang akan diteliti, yakni:

1. Bagaimana penerapan analisis SWOT sebagai upaya peningkatan kondisi keuangan di UMKM Lima Sarana Bersih.?

2. Bagaimana penerapan analisis QSPM sebagai upaya meningkatkan kondisi keuangan di UMKM Lima Sarana Bersih.?

#### **1.4 Tujuan**

1. Untuk mengetahui pengaruh analisis SWOT terhadap kondisi keuangan pada UMKM Lima Sarana Bersih.
2. Untuk mengetahui strategi terbaik dengan menggunakan penelitian QSPM.

#### **1.5 Manfaat**

##### **1. Bagi pemilik industri Lima Sarana Bersih**

Penulis mempunyai harapan bisa memberi ilmu dan masukan bagi pemilik UMKM LIMA Sarana Bersih untuk dapat menggunakan analisis model QSPM agar dapat mengetahui strategi permodalan dalam upaya peningkatan kondisi keuangan UMKM dengan model QSPM.

##### **2. Bagi Akademis**

Penulis berharap adanya kegiatan penelitian ini semoga dapat dijadikan acuan dan contoh bagi akademis dalam kurikulum yang berlaku saat ini.

##### **3. Bagi Penulis**

- a. Dengan terlaksananya penelitian ini penulis bisa melihat peluang, kekuatan, kelemahan, dan ancaman yang ada pada industri LIMA Sarana Bersih.
- b. Penulis dapat mengetahui keadaan yang sebenarnya agar dapat membandingkan dengan teori yang ada.
- c. Mendapatkan motivasi bagi penulis agar dapat berwirausaha dengan baik, benar, dan membaca peluang yang ada.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdurahmat. 2008. *Efektivitas Organisasi*. Airlangga: Jakarta.
- Agus, S. 2012. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Bhandari, A., dan Verma, R. 2013. *Strategic Management: A Conceptual Framework*. New Delhi: McGraw Hill Education.
- David, F. 2005. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- David, F. 2010. *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases* (13th Edition). London: Prentice Hall International.
- David, F. 2011. *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- Harjito, A., & Martono. 2010 *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Husnan, S., dan Enny, P. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: UPP STIM YPKN
- Kotler, K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga: Jakarta.
- Krisdiartiwi, M. (2008) *Pembukuan Sederhana Untuk UMKM*. MedPress: Yogyakarta.
- Othenk. 2008. *Pengertian Efektivitas dan Landasan Teori Efektivitas*. Tersedia di <http://literaturbook.blogspot.co.id> (diakses tanggal 2 september 2019).
- Rahmawanto, D. N. A & Nasrullah (2019). *Jurnal Resiko Dan Peratura: Fintech Sistem Stabilitas Keuangan*. Vol. 15, No.1.
- Rangkuti, F. 2009. *Analisis Swot*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. 2002:1 dan 2. *Buku Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Richard, L. 2010. *Era Baru Manajemen*. Jakarta: Edward Tanujaya.
- Rifai'I .M, Sasongko. T, & Indrihastuti. P. 2019. *Jurnal EKBIS/Vol.XX/No.1*.
- Rusdarti. 2010. Potensi Ekonomi Daerah dalam Pengembangan UKM Unggulan Kabupaten Semarang. *JEJAK*, Vol. 2, Hal. 143-155.
- Setyaningrum, F & Yunista, M (2018). *Jurnal Strategi Laporan Keuangan Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah*. *Jurnal OPTIMA* Vol. 2, No.2.
- Setyorini, H., Effendi, M., dan Santoso, I. 2016. Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, Vol.5, No.1:46-53.
- Siagian, S. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Binapura Aksara.
- Siagian, S. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Siagian, S. 2016. *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta:.
- Suharyadi. 2007. *Kewirausahaan Membangun Usaha Sukses Sejak Usia Muda*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiono. 2015. Analisis Penyediaan Dan Penggunaan Modal Kerja Umkm (Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah) Dalam Meningkatkan Laba Usaha Pada Kub (Kelompok Usaha Bersama) Alam Lestari Depok. *Prosiding Semiar Nasional*. ISBN: 978-602-8580-19-9.
- Suyanto, M. 2007. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, F. 2006. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Umar, H. 2001. *Strategic Management in Action*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Zubir, Z. 2005. *Studi Kelayakan Usaha*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Zulkarnaen, H., dan Sutopo. 2016. Analisis Strategi Pemasaran pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Makanan Ringan (Studi Penelitian UKM Snack Barokah di Solo). Diponegoro *Jurnal of Management*. 2(3): 1-13. Vol. 5, No 1.