



Kajian Strategis Umkm Kuliner Di Era Modern Di Kota Palangkaraya

Nanda Putri Qumayroh¹, Ira Veronika Girsang², Anita³, Rut Donda Damayanti L.B⁴,
Yulisia Nurike Manik⁵, Benius⁶

Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Palangkaraya

ndaputri1103@gmail.com, girsangiranika@gmail.com, nittaa453@gmail.com,
dondalumbanbatu2020@gmail.com, nurikemanik8008@gmail.com, beniusrentak1965@gmail.com

Alamat: Jl. Yos Sudarso, Palangka, Kec. Jekan Raya, Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah 74874

Korespondensi Penulis : ndaputri1103@gmail.com

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a vital role in the Indonesian economy, contributing to job creation and economic growth. However, MSMEs often face various challenges, including intense competition, limited access to capital, and a lack of knowledge about marketing strategies and product diversification. This study aims to analyze the marketing strategies and product diversification implemented by four MSMEs in Indonesia: Paman Pentol (meatball seller), Lavaria Home (takoyaki and mozzarella corndog seller), goguma ppang (seller of bread made from sweet potato), and Es Doger (ice doger seller). This research uses a qualitative descriptive method with data collection techniques through interviews and observations, and documentation. The research findings indicate that the four MSMEs implement various marketing strategies and product diversification to increase sales and reach a wider market. Common marketing strategies include promotion through social media, discounts and attractive offers, and participation in local events. Product diversification undertaken by MSMEs includes developing new menus, offering combo packages, and selling products online. This study provides several important findings and recommendations for MSMEs. The key findings suggest that effective marketing strategies and product diversification can help MSMEs enhance their competitiveness and sustainability in the digital era. The main recommendations for MSMEs are to continuously innovate and adapt to market trends, improve product and service quality, and utilize digital technology to reach a wider customer base.

Keywords: MSMEs, marketing strategies, product diversification, Lavaria Home.

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi. Namun, UMKM seringkali menghadapi berbagai tantangan, termasuk persaingan yang ketat, akses modal yang terbatas, dan kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran dan diversifikasi produk. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran dan diversifikasi produk yang diterapkan oleh empat UMKM di Indonesia: Paman Pentol (penjual pentol), Lavaria Home (penjual takoyaki dan corndog mozzarella), goguma ppang (penjual roti berbahan dasar ubi jalar manis), dan Es Doger (penjual es doger). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat UMKM menerapkan berbagai strategi pemasaran dan diversifikasi produk untuk meningkatkan penjualan dan menjangkau pasar yang lebih luas. Strategi pemasaran yang umum digunakan termasuk promosi melalui media sosial, diskon dan penawaran menarik, dan partisipasi dalam acara lokal. Diversifikasi produk yang dilakukan oleh UMKM termasuk pengembangan menu baru, penawaran paket combo, dan penjualan produk secara online. Penelitian ini memberikan beberapa temuan dan rekomendasi penting bagi UMKM. Temuan utama menunjukkan bahwa strategi pemasaran dan diversifikasi produk yang efektif dapat membantu UMKM untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan di era digital. Rekomendasi utama bagi UMKM adalah untuk terus berinovasi dan beradaptasi dengan tren pasar, meningkatkan kualitas produk dan layanan, dan memanfaatkan teknologi digital untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas.

Kata kunci: UMKM, strategi pemasaran, Penjual Pentol, Lavaria Home.

PENDAHULUAN

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UMKM adalah usaha ekonomi produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Soetrisno (2009): UMKM adalah usaha kecil yang dimiliki oleh orang perorangan atau badan usaha yang melakukan kegiatan ekonomi.

Kasmir (2012): UMKM adalah usaha yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang memiliki modal usaha kecil dan hasil penjualannya kurang dari Rp 50 juta per bulan.

Tambunan (2013): UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau Badan Usaha disemua sektor ekonomi.

Kriteria UMKM di Indonesia :

- Usaha Mikro:
 - Memiliki aset paling banyak Rp. 50.000.000,00
 - Penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00
- Usaha Kecil:
 - Memiliki aset lebih dari Rp.50.000.000,00 sampai Rp. 500.000.000,00
 - Penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 sampai Rp2.500.000.000,00
- Usaha Menengah:
 - Memiliki aset lebih dari Rp500.000.000,00 sampai Rp10.000.000.000,00
 - Penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 sampai Rp50.000.000.000,00

Usaha Mikro adalah usaha ekonomi produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Era modern ditandai dengan kemajuan teknologi yang pesat dan perubahan gaya hidup masyarakat. Hal ini membawa dampak signifikan bagi sektor UMKM, khususnya UMKM kuliner. Di satu sisi, era modern membuka peluang baru bagi UMKM untuk berkembang dengan memanfaatkan platform digital dan inovasi. Di sisi lain, era modern juga menghadirkan tantangan baru, seperti persaingan yang semakin ketat dan perubahan preferensi konsumen.

Kajian strategis UMKM kuliner dan jasa di era modern menjadi penting untuk memahami peluang dan tantangan yang dihadapi UMKM, serta merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan mereka.

UMKM kuliner di era modern menghadapi berbagai tantangan, antara lain:

- Perubahan perilaku konsumen: Era modern telah mengubah cara konsumen mencari informasi, memesan produk dan jasa, serta melakukan pembayaran. UMKM perlu memahami perubahan ini dan menyesuaikan strategi mereka agar dapat menjangkau dan melayani konsumen dengan lebih baik.
- Kemajuan teknologi: Teknologi digital menawarkan berbagai peluang baru bagi UMKM, seperti platform e-commerce, media sosial, dan aplikasi pembayaran online. UMKM perlu memanfaatkan teknologi ini untuk meningkatkan efisiensi operasi, menjangkau pasar yang lebih luas, dan meningkatkan kualitas layanan mereka.
- Persaingan yang semakin ketat: Era modern ditandai dengan semakin banyaknya UMKM yang bermunculan. Hal ini menyebabkan persaingan yang semakin ketat, sehingga UMKM perlu memiliki strategi yang inovatif dan kreatif untuk menarik konsumen dan mempertahankan pangsa pasar mereka.
- Kebijakan pemerintah: Pemerintah memiliki peran penting dalam mendukung perkembangan UMKM. Kajian strategis perlu mempertimbangkan kebijakan pemerintah yang terkait dengan UMKM, seperti akses permodalan, pelatihan, dan infrastruktur.

Data UMKM di Kota Palangkaraya tahun 2018 - 2022

**DATA PERTUMBUHAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH
KOTA PALANGKARAYA
PER 31 DESEMBER 2018 - 2022**

Nomor	Tahun	Data UMKM Tahun 2018 - 2022		
		Mikro	Kecil	Menengah
1	2018	5.813	816	81
2	2019	6.330	869	91

3	2020	6,330	869	91
4	2021	8.518	869	91
5	2022	8.544	869	91

**HASIL PERHITUNGAN DATA PERTUMBUHAN USAHA MIKRO, KECIL DAN
MENENGAH
KOTA PALANGKARAYA
PER 31 DESEMBER 2018 - 2022**

Nomor	Tahun	Data UMKM Tahun 2018 - 2022		
		Mikro	Kecil	Menengah
1	2018	0.86%	0.12%	0%
2	2019	8.9%	6.5%	12.3%
3	2020	0%	0%	0%
4	2021	44.2%	0%	0%
5	2022	0.3%	0%	0%

Dari data tersebut, dapat dilihat bahwa:

- Jumlah usaha mikro meningkat secara signifikan dari 5.813 pada tahun 2018 menjadi 8.544 pada tahun 2022, dengan pertumbuhan sebesar 45,5%.
- Jumlah usaha kecil dan menengah tidak mengalami perubahan signifikan selama periode tersebut, dengan jumlah yang tetap pada 869 dan 91, masing-masing.
- Pertumbuhan usaha mikro di Kota Palangkaraya menunjukkan tren positif, dengan peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun.
- Kategori Kecil dan Menengah mengalami pertumbuhan yang lebih lambat, dengan total kenaikan 6.5% dan 12.3% berturut-turut.
- Pada tahun 2020, terjadi stagnasi pertumbuhan di semua kategori.

- Pertumbuhan yang signifikan pada tahun 2021 kemungkinan disebabkan oleh berbagai faktor, seperti pemulihan ekonomi pasca pandemi COVID-19, kebijakan pemerintah yang mendukung UMKM, dan peningkatan kesadaran masyarakat untuk berwirausaha.

Modal dalam konteks bisnis mengacu pada jumlah uang atau sumber daya yang digunakan oleh perusahaan untuk memulai, mengembangkan, atau meningkatkan operasionalnya. Modal dapat berupa uang tunai, aset, atau kredit yang digunakan untuk membiayai kegiatan bisnis. Modal kerja, khususnya, adalah modal yang digunakan untuk membiayai operasional harian perusahaan, seperti biaya produksi, gaji karyawan, dan biaya lainnya.

Harga dalam konteks bisnis mengacu pada jumlah uang yang diperlukan untuk memperoleh suatu produk atau jasa. Harga dapat berupa harga jual, harga beli, atau harga yang ditawarkan oleh perusahaan untuk suatu produk atau jasa. Harga memainkan peran penting dalam strategi pemasaran, karena dapat mempengaruhi volume penjualan dan pendapatan perusahaan.

Volume Penjualan mengacu pada jumlah produk atau jasa yang dijual oleh perusahaan dalam suatu periode waktu. Volume penjualan dapat berupa jumlah satuan produk, nilai penjualan, atau volume penjualan dalam satuan waktu tertentu. Volume penjualan mempengaruhi pendapatan perusahaan dan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti harga, biaya produksi, dan strategi pemasaran.

Kajian strategis UMKM kuliner di era modern bertujuan untuk:

- Menganalisis peluang dan tantangan yang dihadapi UMKM kuliner di era modern.
- Merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM kuliner di era modern.
- Memberikan rekomendasi kepada pemerintah, pelaku UMKM, dan pemangku kepentingan lainnya untuk mendukung perkembangan UMKM kuliner di era modern.

Perumusan masalah dalam kajian strategis UMKM kuliner di era modern memiliki beberapa kegunaan, antara lain:

- Membantu untuk memfokuskan penelitian dan analisis.
- Memastikan bahwa penelitian relevan dengan kebutuhan dan kepentingan pemangku kepentingan.
- Membantu untuk mengembangkan pertanyaan penelitian yang tepat.

- Memandu proses pengumpulan dan analisis data.
- Membantu untuk menyusun kesimpulan dan rekomendasi yang bermanfaat.

Manfaat Penelitian :

Kajian strategis UMKM kuliner di era modern diharapkan dapat memberikan manfaat berikut:

- Meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM kuliner di era modern.
- Meningkatkan pendapatan dan keuntungan UMKM kuliner.
- Menciptakan lapangan kerja.
- Meningkatkan daya saing ekonomi nasional.
- Membantu pemerintah dalam merumuskan kebijakan yang tepat untuk mendukung perkembangan UMKM.

LANDASAN TEORI

Dalam konteks UMKM kuliner teori ini dapat digunakan untuk menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi daya saing UMKM. Faktor internal meliputi sumber daya, kemampuan, dan keunggulan kompetitif UMKM, sedangkan faktor eksternal meliputi lingkungan industri, persaingan, dan kebijakan pemerintah.

Rasio keuangan merupakan ukuran statistik terkait dengan dua angka dari laporan laba rugi, neraca, atau keduanya. Rasio keuangan memungkinkan dilakukannya perbandingan kinerja perusahaan antar waktu, ataupun perbandingan kinerja antar perusahaan. Tidak semua rasio keuangan harus digunakan ketika melakukan analisis terhadap suatu perusahaan. Pilihan rasio yang digunakan bergantung pada kebutuhan serta tujuan analisis.

1. Manajemen Keuangan

Teori manajemen keuangan adalah suatu konsep yang mempelajari bagaimana mengatur dan mengelola sumber daya keuangan dalam suatu organisasi agar mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam definisi yang luas, manajemen keuangan meliputi segala aspek keuangan, termasuk perencanaan, penganggaran, pengelolaan arus kas, dan pengawasan keuangan. Manajemen keuangan juga melibatkan penggunaan dana dan mendapatkan dana untuk memenuhi kebutuhan organisasi, serta memastikan

pengembalian yang memadai kepada pemegang saham dan memastikan keamanan investasi.

2. Analisis likuiditas

Analisis likuiditas adalah teknik keuangan yang digunakan untuk mengevaluasi posisi uang kas dan kemampuan sebuah perusahaan dalam melunasi atau membayar kewajiban utang sesuai dengan waktu jatuh tempuh yang ditentukan. Analisis likuiditas menggunakan rasio seperti current ratio, quick ratio, dan cash ratio untuk menentukan kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendek.

3. Analisis solvabilitas

Solvabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk membayar utang-utang yang dimilikinya dalam jangka waktu tertentu, termasuk utang pokok maupun bunganya.

4. Rasio Profitabilitas

Rasio Profitabilitas mengukur kemampuan Perusahaan dalam menghasilkan laba, menunjukkan pengaruh kebijakan likuiditas, manajemen aktiva, manajemen utang terhadap hasil operasional Perusahaan.

- Profitabilitas kaitannya dengan penjualan.

GPM mengukur laba kotor Perusahaan dari aktivitas penjualan.

- Profitabilitas kaitannya dengan pengembalian investasi

ROA (*Return On Asset*) digunakan untuk mengukur kemampuan Perusahaan dengan keseluruhan dana yang telah di tanamkan pada aktiva untuk operasi Perusahaan dalam memperoleh keuntungan. ROE (*Return On Equity*) digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi modal sendiri dan menunjukkan laba bersih yang dapat diperoleh dari modal pemilik.

5. Rasio aktivitas

Rasio ini menunjukkan seberapa cepat perusahaan menghasilkan kas (ditunjukkan dengan seberapa cepat beberapa akun dikonversikan menjadi kas).

- *Inventory Turn Over* mengukur seberapa efektifnya perusahaan dalam mengelola persediaan.
- *Receivable Turn Over* mengukur seberapa cepat piutang usaha telah berputar (menjadi kas) selama periode/tahun tersebut.
- *Assets Turn Over* mengukur kemampuan aset/aktiva dalam menciptakan/menghasilkan penjualan.

6. Modal

Modal adalah segala sesuatu yang dimiliki baik berupa uang, barang, aset lainnya yang dapat dimanfaatkan untuk menghasilkan keuntungan dalam menjalankan usaha. Dalam definisi yang luas, manajemen keuangan meliputi segala aspek keuangan, termasuk perencanaan, penganggaran, pengelolaan arus kas, dan pengawasan keuangan. Manajemen keuangan juga melibatkan penggunaan dana dan mendapatkan dana untuk memenuhi kebutuhan organisasi, serta memastikan pengembalian yang memadai kepada pemegang saham dan memastikan keamanan investasi.

7. Pendapatan

Pendapatan adalah jumlah uang yang diterima oleh perusahaan atau organisasi dari kegiatan aktivitasnya seperti penjualan produk dan/atau jasa kepada pelanggan. Dalam definisi yang luas, pendapatan meliputi segala aspek keuangan, termasuk perencanaan, penganggaran, pengelolaan arus kas, dan pengawasan keuangan. Pendapatan juga melibatkan penggunaan dana dan mendapatkan dana untuk memenuhi kebutuhan organisasi, serta memastikan pengembalian yang memadai kepada pemegang saham dan memastikan keamanan investasi.

8. Biaya

Biaya adalah sejumlah pengeluaran yang dilakukan oleh suatu organisasi, seperti perusahaan atau universitas, untuk melaksanakan operasionalnya. Biaya dapat berupa pengeluaran untuk memproduksi barang/jasa, biaya tenaga kerja, biaya perawatan, biaya investasi, dan lain-lain. Dalam konteks bisnis, biaya dikelompokkan menjadi beberapa jenis, seperti biaya produksi, biaya tenaga kerja langsung dan tidak langsung, biaya overhead pabrik, biaya variabel, biaya campuran, dan biaya peluang. Biaya juga dapat dikelompokkan berdasarkan kegiatan operasional, seperti biaya produksi, biaya investasi, dan biaya operasional.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian Deskriptif kuantitatif dengan menggunakan beberapa alat analisis yaitu analisis likuiditas, analisis solvabilitas, ratio provitabilitas, ratio aktivitas.

Menurut John W. Creswell (2017: 4) penelitian kuantitatif merupakan metode-metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antarvariabel. Variabel-variabel ini diukur-biasanya dengan instrumen-instrumen penelitian-sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur-prosedur

statistik. Laporan akhir untuk penelitian ini pada umumnya memiliki struktur yang ketat dan konsisten mulai dari pendahuluan, tinjauan pustaka, landasan teori, metode penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini memiliki objek penelitian yang sangat spesifik dan penting dalam konteks bisnis kecil dan menengah di Indonesia. UMKM kuliner ini memiliki potensi besar dalam meningkatkan pendapatan dan kualitas hidup masyarakat, serta berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal.

Dalam penelitian ini, objek penelitian adalah UMKM kuliner yang beroperasi di berbagai wilayah, termasuk Penjual Pentol, penjual buah, Es Doger, Goguma Ppang, dan Takoyaki. Mereka ini adalah contoh-contoh kecil dari industri kuliner yang sangat populer dan berpotensi besar dalam meningkatkan pendapatan dan kualitas hidup masyarakat.

Dalam penelitian ini, peneliti akan memfokuskan pada bagaimana UMKM kuliner ini mengelola keuangan mereka secara efektif dan efisien. Penelitian ini akan membantu dalam meningkatkan kemampuan UMKM kuliner dalam mengelola keuangan mereka, serta meningkatkan pendapatan dan kualitas hidup masyarakat yang terkait dengan mereka.

Analisis data dilakukan untuk mengolah dan menganalisis data yang telah dikumpulkan. Teknik analisis data yang digunakan, melakukan survei terhadap pemilik UMKM, karyawan, dan konsumen untuk mendapatkan informasi tentang kondisi UMKM, strategi yang digunakan, dan kebutuhan mereka. Melakukan wawancara mendalam dengan pemilik UMKM, pemangku kepentingan, dan pakar untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam tentang berbagai aspek yang memengaruhi UMKM.

Umkm yang diteliti :

❖ Penjual Pentol

Penjual pentol adalah bagian penting dari sektor UMKM di Indonesia. Mereka memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, mendukung ekonomi lokal, dan menyediakan makanan yang terjangkau bagi masyarakat.

Biasanya penjual pentol adalah individu yang menjalankan usahanya sendiri, tanpa badan usaha resmi. Modal yang dibutuhkan untuk memulai usaha pentol relatif kecil, biasanya hanya untuk membeli bahan baku, peralatan masak, dan gerobak. Penjual pentol tidak memiliki ketergantungan terhadap perusahaan besar dan mengelola usahanya sendiri. Penjual pentol memberikan kontribusi terhadap perekonomian nasional dengan menyediakan lapangan kerja dan menghasilkan pendapatan.

❖ Penjual Buah

Penjual buah adalah bagian penting dari sektor UMKM di Indonesia. Mereka memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, mendukung ekonomi lokal, dan menyediakan makanan sehat bagi masyarakat.

Biasanya penjual buah adalah individu yang menjalankan usahanya sendiri, tanpa badan usaha resmi. Modal yang dibutuhkan untuk memulai usaha jualan buah relatif kecil, biasanya hanya untuk membeli buah dari pemasok, peralatan sederhana, dan tempat berjualan. Penjual buah tidak memiliki ketergantungan terhadap perusahaan besar dan mengelola usahanya sendiri.

❖ Es Doger

Es doger adalah minuman segar yang terbuat dari campuran es serut, susu kental manis, santan, gula merah cair, tape singkong, roti tawar, dan alpukat. Minuman ini biasanya disajikan dalam gelas plastik atau mangkuk kecil dan ditaburi dengan kacang tanah goreng dan parutan kelapa.

Asal-usul es doger masih menjadi perdebatan. Ada yang mengatakan bahwa es doger berasal dari Cirebon, Jawa Barat, dan ada pula yang mengatakan bahwa es doger berasal dari Indramayu, Jawa Barat. Nama "doger" sendiri konon berasal dari kata "doger" dalam bahasa Sunda yang berarti "berputar-putar".

Hal ini merujuk pada cara penyajian es doger yang biasanya diletakkan di atas gerobak dan diputar-putar untuk menarik pembeli. Es doger merupakan minuman yang populer di Indonesia, terutama di daerah Jawa Barat dan DKI Jakarta. Minuman ini biasanya dinikmati sebagai camilan atau hidangan penutup. Es doger juga sering dihidangkan pada acara-acara khusus, seperti pernikahan dan ulang tahun.

❖ Goguma Ppang

Goguma ppang adalah sejenis camilan atau roti manis yang populer di Korea Selatan. Dalam bahasa Korea, "goguma" berarti ubi jalar, sementara "ppang" berarti roti atau kue. Jadi, goguma ppang dapat diartikan sebagai "roti ubi jalar" atau lebih umum dikenal sebagai "Korean sweet potato bread". Bentuknya mirip dengan ubi jalar, dan biasanya diisi dengan kacang merah yang manis, serta memiliki variasi isian lain seperti cokelat, selai kacang, keju, dan lain-lain.

❖ Takoyaki

Takoyaki adalah makanan ringan asal Jepang berbentuk bola-bola kecil yang gurih dan lezat. Biasanya dijual sebagai jajanan kaki lima di festival atau di tempat khusus penjual takoyaki. Takoyaki adalah jajanan khas Jepang yang populer di seluruh dunia. Dengan rasa gurih, tekstur yang unik, dan cara penyajian yang menarik, takoyaki menjadi pilihan yang tepat untuk camilan atau hidangan pembuka.

2. Analisis

A. Analisis Ratio Penjual Pentol :

Modal Awal = Rp. 80.000.000

Laba Kotor = Rp. 30.000.000

Laba Bersih = Rp. 15.000.000

❖ Rasio Likuiditas

a) Rasio lancar (current ratio)

$$= \frac{Rp\ 48.000.000}{Rp\ 2.000.000} \times 100\% = 24$$

Rasio lancar 24 menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan yang sangat kuat untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya. Hal ini dikarenakan untuk setiap Rp1 kewajiban jangka pendek, perusahaan memiliki Rp24 aset lancar yang dapat digunakan untuk melunasinya. Secara umum, rasio lancar yang dianggap ideal adalah lebih dari 1. Rasio 24 jauh di atas angka ideal ini, menunjukkan bahwa perusahaan sangat likuid dan tidak berisiko tinggi mengalami kesulitan keuangan dalam jangka pendek.

b) Rasio cepat (quick ratio)

$$= \frac{Rp\ 48.000.000 - Rp\ 18.000.000}{Rp\ 2.000.000} \\ = 15$$

Rasio cepat 15 menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan yang kuat untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya dengan segera, tanpa harus menjual persediaan. Hal ini dikarenakan untuk setiap Rp1 kewajiban jangka pendek, perusahaan memiliki Rp15 aset lancar yang mudah dikonversi menjadi kas, seperti piutang dan kas. Rasio cepat 15 lebih konservatif dibandingkan rasio lancar 24 karena tidak memperhitungkan persediaan, yang mungkin sulit dan memakan waktu untuk diuangkan. Nilai 15 masih tergolong baik, menunjukkan bahwa perusahaan mampu untuk melunasi kewajibannya dengan cepat tanpa harus bergantung pada penjualan persediaan.

❖ Analisis solvabilitas

a) Debt to equity ratio (D/E).

$$D/E = \frac{Rp\ 48.000.000}{Rp\ 80.000.000}$$

$$D/E = 0,6$$

Debt to Equity Ratio (D/E) 0.6 menunjukkan bahwa perusahaan memiliki lebih banyak modal sendiri (ekuitas) dibandingkan dengan utang (debt). Ini berarti perusahaan dibiayai lebih banyak oleh para pemegang sahamnya sendiri dibandingkan dengan kreditur. Secara umum, rasio D/E yang lebih rendah dari 1 dianggap lebih baik. Nilai 0.6 menunjukkan bahwa perusahaan memiliki struktur modal yang cukup sehat dan tidak terlalu terbebani oleh utang. Namun, perlu diingat bahwa nilai ideal rasio ini dapat berbeda-beda tergantung pada industrinya.

b) Debt ratio (D/A)

$$D/A = \frac{Rp\ 48.000.000}{Rp\ 80.000.000}$$

$$D/A = 0,6$$

Debt Ratio (D/A) 0.6 memiliki arti yang mirip dengan D/E Ratio. Keduanya menunjukkan proporsi antara utang dengan total aset. Nilai 0.6 menunjukkan bahwa 60% dari sumber daya perusahaan dibiayai oleh utang. Meskipun mirip dengan D/E Ratio, Debt Ratio memberikan gambaran yang lebih luas karena memperhitungkan seluruh aset Perusahaan, bukan hanya ekuitas. Namun, interpretasinya tetap sama, yaitu nilai 0.6 menunjukkan struktur modal yang cukup sehat namun perlu dipantau terus menerus.

❖ Rasio Profitabilitas

a) ROA (*Return On Asset*)

$$\text{ROA} = \frac{\text{Rp } 15.000.000}{\text{Rp } 80.000.000} \times 100\%$$

$$\text{ROA} = 0,18$$

Return On Asset (ROA) 0.18 menunjukkan bahwa untuk setiap Rp1 aset yang dimiliki perusahaan, perusahaan berhasil menghasilkan laba sebesar Rp0.18. Nilai 0.18 dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Cukup baik: ROA positif menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan laba dari aset yang dimilikinya.
- Memerlukan evaluasi lebih lanjut: Besar kecilnya ROA tergantung pada industri. Untuk beberapa industri, ROA 0.18 mungkin tergolong baik, namun untuk industri lainnya mungkin tergolong rendah. Analisis rasio ini perlu dibandingkan dengan rata-rata ROA di industri yang sama.

❖ Rasio aktivitas

a) Inventory Turn Over

$$= \frac{\text{Rp.15.000.0000}}{\text{Rp.18.000.000}}$$

$$= 0,83$$

Rasio Inventory Turnover 0.83 menunjukkan bahwa perusahaan menjual persediaannya rata-rata 0.83 kali dalam satu periode (biasanya satu tahun). Artinya, dibutuhkan rata-rata 1.22 tahun ($1 / 0.83$) untuk menghabiskan seluruh persediaan. Nilai Inventory Turnover yang tinggi umumnya menunjukkan bahwa perusahaan efektif dalam mengelola persediaannya. Perusahaan dengan Inventory Turnover tinggi tidak menyimpan persediaan terlalu lama, sehingga biaya penyimpanan dan risiko keusangan persediaan dapat diminimalisir.

b) *Receivable Turn Over*

$$= \frac{\text{Rp.15.000.0000}}{\text{Rp.80.000.000}}$$

$$= 0,18$$

Rasio Receivable Turnover 0.18 menunjukkan bahwa perusahaan menagih piutangnya rata-rata 0.18 kali dalam satu periode (biasanya satu tahun). Artinya, dibutuhkan rata-rata 5.56 tahun ($1 / 0.18$) untuk menagih seluruh piutang. Nilai Receivable Turnover yang tinggi

umumnya menunjukkan bahwa perusahaan efektif dalam menagih piutangnya. Perusahaan dengan Receivable Turnover tinggi tidak memiliki banyak piutang yang macet, sehingga risiko kerugian piutang dapat diminimalisir.

B. Analisis Ratio Penjual Buah

Modal Awal = Rp. 10.000.000

Laba Kotor = Rp. 30.000.000

Laba Bersih = Rp. 22.000.000

❖ Rasio Likuiditas

a) Rasio lancar (current ratio)

$$= \frac{Rp\ 36.956.000}{Rp\ 5.985.000} \times 100\% = 6,17$$

Interpretasi Perusahaan memiliki likuiditas yang sangat baik. Artinya, perusahaan memiliki aset lancar yang lebih dari cukup untuk menutupi kewajibannya lancarnya. Ini menunjukkan kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan mudah.

b) Rasio cepat (quick ratio)

$$= \frac{Rp\ 36.956.000 - Rp\ 6.956.000}{Rp\ 5.985.000}$$

$$= 4,98$$

Interpretasi Mirip dengan rasio lancar, rasio cepat yang tinggi (di atas 1) menunjukkan likuiditas yang baik. Namun, rasio cepat lebih konservatif karena hanya mempertimbangkan aset lancar yang paling mudah diubah menjadi kas. Nilai 4,98 masih tergolong baik.

❖ Analisis solvabilitas

a) Debt to equity ratio (D/E).

$$D/E = \frac{Rp\ 5.985.000}{Rp\ 32.059.000}$$

$$D/E = 0,187$$

Interpretasi Struktur modal perusahaan didominasi oleh ekuitas (modal sendiri) dibandingkan dengan hutang. Nilai D/E yang rendah (di bawah 1) menunjukkan perusahaan

lebih mengandalkan modal sendiri untuk finansialnya, sehingga risiko gagal bayar terhadap kreditur (pemberi hutang) lebih rendah.

b) Debt ratio (D/A)

$$D/A = \frac{Rp\ 5.985.000}{Rp\ 36.956.000}$$

$$D/A = 0,162$$

Interpretasi Mirip dengan D/E ratio, rasio ini menunjukkan proporsi hutang terhadap total aset. Nilai 0,162 semakin memperkuat bahwa perusahaan memiliki struktur modal yang sehat, dengan porsi hutang yang rendah.

❖ Rasio Profitabilitas

a) ROA (*Return On Asset*)

$$ROA = \frac{Rp\ 22.059.000}{Rp\ 36.956.000} \times 100\%$$

$$ROA = 0,597$$

Profitabilitas perusahaan secara keseluruhan tergolong baik. Nilai ROA 0,597 menunjukkan bahwa setiap Rp1 aset yang dimiliki perusahaan mampu menghasilkan laba bersih sebesar Rp0,597.

b) ROE (*Return On Equity*)

$$ROE = \frac{Rp\ 22.059.000}{Rp\ 32.059.000} \times 100\%$$

$$ROE = 0,688$$

Profitabilitas yang dihasilkan dari modal sendiri perusahaan tergolong baik. Artinya, untuk setiap Rp1 modal sendiri yang diinvestasikan, perusahaan mampu menghasilkan laba bersih sebesar Rp0,688. Nilai ROE umumnya lebih tinggi dari ROA karena ROE memperhitungkan efek penggunaan hutang.

❖ Rasio aktivitas

a) Inventory Turn Over

$$\begin{aligned} &= \frac{Rp.30.000.000}{Rp.6.956.000} \\ &= 4,31 \end{aligned}$$

Perputaran persediaan perusahaan tergolong tinggi. Hal ini bisa diartikan sebagai hal yang baik karena persediaan tidak disimpan terlalu lama. Namun, perlu dipertimbangkan apakah perputaran setinggi ini bisa mengganggu kelancaran produksi atau penjualan.

b) *Receivable Turn Over*

$$= \frac{Rp.30.000.000}{Rp.5.0000} = 6$$

Piutang perusahaan tertagih dalam waktu yang relatif singkat. Artinya, efisiensi penagihan perusahaan tergolong baik.

c) *Assets Turn Over*

$$= \frac{Rp.30.000.000}{Rp.36.956.000} = 0,812$$

Produktivitas aset perusahaan tergolong rendah. Hal ini berarti setiap Rp1 aset yang dimiliki perusahaan hanya mampu menghasilkan Rp0,812 penjualan. Nilai ini perlu dievaluasi lebih lanjut untuk mengetahui penyebabnya dan apakah bisa ditingkatkan.

C. Analisis Ratio Es Doger

Modal Awal = Rp. 4.300.000

Laba Kotor = Rp. 9.000.000

Laba Bersih = Rp. 4.700.000

❖ Rasio Likuiditas

a) Rasio lancar (current ratio)

$$= \frac{Rp\ 1.500.000}{Rp\ 300.000} \times 100\% = 5$$

Rasio Lancar (Current Ratio) = 5 Kondisi baik. Rasio lancar yang tinggi menunjukkan perusahaan memiliki kemampuan yang baik untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan menggunakan aset lancar.

b) Rasio cepat (quick ratio)

$$= \frac{Rp\ 1.500.000 - Rp\ 600.000}{Rp\ 300.000}$$

$$= 3$$

Rasio Cepat (Quick Ratio) = 3 Kondisi baik. Rasio cepat yang lebih tinggi dari 1 menunjukkan perusahaan memiliki aset lancar yang sangat likuid (kas dan setara kas, serta piutang usaha) untuk membayar kewajiban jangka pendek.

❖ Analisis solvabilitas

a) Debt to equity ratio (D/E).

$$D/E = \frac{Rp\ 2.000.000}{Rp\ 4.300.000}$$

$$D/E = 0,46$$

Debt to Equity Ratio (D/E) = 0.46 Kondisi moderat. Nilai D/E yang lebih kecil dari 1 menunjukkan pihak ekuitas memiliki porsi kepemilikan yang lebih besar dibandingkan dengan pihak utang.

b) Debt ratio (D/A)

$$D/A = \frac{Rp\ 2.000.000}{Rp\ 10.000.000}$$

$$D/A = 0,2$$

Debt Ratio (D/A) = 0.2 Kondisi baik. Nilai debt ratio yang rendah menunjukkan perusahaan memiliki tingkat utang yang rendah terhadap total asetnya.

❖ Rasio Profitabilitas

a) ROA (*Return On Asset*)

$$ROA = \frac{Rp\ 9.000.000}{Rp\ 10.000.000} \times 100\%$$

$$= 0,9$$

ROA (Return On Asset) = 0.9 Kondisi baik. Nilai ROA yang positif menunjukkan perusahaan mampu menghasilkan keuntungan dari aset yang dimilikinya.

b) ROE (*Return On Equity*)

$$ROE = \frac{Rp\ 9.000.000}{Rp\ 4.000.000} \times 100\%$$

$$= 2,25$$

ROE (Return On Equity) = 2.25 Kondisi sangat baik. Nilai ROE yang tinggi menunjukkan perusahaan mampu menghasilkan keuntungan yang tinggi dari modal yang disetorkan oleh pemilik perusahaan.

❖ Rasio aktivitas

a) Inventory Turn Over

$$\begin{aligned} &= \frac{Rp\ 4.700.000}{Rp\ 600.000} \\ &= 7,83 \end{aligned}$$

Inventory Turnover = 7.83 Kondisi perlu dianalisa lebih lanjut. Inventory turnover yang tinggi bisa berarti perusahaan efisien dalam mengelola persediaannya, namun juga bisa menandakan permintaan atas produk perusahaan kurang begitu tinggi.

b) *Receivable Turn Over*

$$\begin{aligned} &= \frac{Rp\ 4.700.000}{Rp\ 2.600.000} \\ &= 1,8 \end{aligned}$$

Receivable Turnover = 1.8 Kondisi perlu dianalisa lebih lanjut. Receivable turnover yang rendah bisa berarti perusahaan kurang efisien dalam menagih piutang atau memberikan kredit yang terlalu longgar kepada pelanggan.

D. Analisis Ratio Takoyaki

Modal Awal = Rp. 8.280.000

Laba Kotor = Rp. 12.000.000

Laba Bersih = Rp. 6.451.000

❖ Rasio Likuiditas

a) Rasio lancar (current ratio)

$$= \frac{Rp\ 11.299.000}{Rp\ 12.000.000} \times 100\% = 0,94$$

Nilai Current Ratio 0.94 menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan yang kurang baik untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya. Artinya, untuk setiap Rp1 kewajiban jangka pendek, perusahaan hanya memiliki Rp0.94 aset lancar yang dapat digunakan untuk melunasinya.

b) Rasio cepat (quick ratio)

$$= \frac{Rp\ 11.299.000 - Rp\ 3.019.000}{Rp\ 12.000.000}$$

$$= 0,6$$

Nilai Quick Ratio 0.6 menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan yang terbatas untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya dengan segera menggunakan aset yang mudah diuangkan. Interpretasi Mirip dengan Current Ratio, nilai Quick Ratio yang rendah ini menunjukkan bahwa perusahaan berisiko kesulitan untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya.

❖ Analisis solvabilitas

a) Debt to equity ratio (D/E).

$$D/E = \frac{Rp\ 11.299.000}{Rp\ 8.280.000}$$

$$D/E = 1,3$$

Nilai D/E 1.3 menunjukkan perbaikan dibandingkan sebelumnya (6.9). Perusahaan masih memiliki utang yang lebih besar dibandingkan dengan ekuitas, namun jumlahnya tidak lagi terlalu signifikan. Interpretasi Nilai ini menunjukkan bahwa perusahaan masih memiliki ketergantungan yang cukup tinggi pada utang, namun kondisinya lebih baik dibandingkan sebelumnya.

b) Debt ratio (D/A)

$$D/A = \frac{Rp\ 11.299.000}{Rp\ 4.280.000}$$

$$D/A = 2,6$$

Nilai Debt Ratio 2.6 menunjukkan bahwa 62.5% dari sumber daya perusahaan dibiayai oleh utang. Ini adalah peningkatan dibandingkan sebelumnya (0.33). Interpretasi Nilai ini menunjukkan bahwa perusahaan sangat bergantung pada utang untuk membiayai operasinya. Kondisi ini dapat meningkatkan risiko keuangan perusahaan.

❖ Rasio Profitabilitas

a) ROA (*Return On Asset*)

$$ROA = \frac{Rp\ 6.451.000}{Rp\ 4.280.000} \times 100\%$$

$$ROA = 1,5$$

Nilai ROA 1.5 menunjukkan peningkatan yang drastis dibandingkan sebelumnya (0.03). Nilai ini berarti untuk setiap Rp1 aset yang dimiliki perusahaan, perusahaan berhasil menghasilkan laba sebesar Rp1.5. Interpretasi Peningkatan ROA yang signifikan ini menunjukkan bahwa perusahaan berhasil meningkatkan profitabilitasnya secara drastis. Perusahaan kini berada dalam kondisi yang menguntungkan.

b) ROE (*Return On Equity*)

$$\text{ROE} = \frac{\text{Rp } 6.451.000}{\text{Rp } 23.680.000} \times 100\%$$

$$\text{ROE} = 0,27$$

Return On Equity (ROE) adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari modal yang diinvestasikan oleh para pemegang saham. Nilai ROE 0.27 menunjukkan bahwa Untuk setiap Rp1 modal yang diinvestasikan oleh para pemegang saham, perusahaan berhasil menghasilkan laba bersih sebesar Rp0.27. ROI (Return On Investment) untuk para pemegang saham sebesar 27%.

❖ Rasio aktivitas

a) Inventory Turn Over

$$= \frac{\text{Rp } 4.600.000}{\text{Rp } 3.019.00}$$

$$= 1,5$$

Perusahaan menjual persediaannya sebanyak 1,5 kali dalam periode yang diukur. Dengan kata lain, rata-rata persediaan perusahaan terjual habis dan diganti dengan persediaan baru setiap 0,67 tahun (asumsikan periode dalam tahun).

b) *Receivable Turn Over*

$$= \frac{\text{Rp } 12.000.0000}{\text{Rp } 4.280.000}$$

$$= 0,2$$

Nilai Receivable Turnover 0.2 menunjukkan bahwa perusahaan membutuhkan waktu yang sangat lama (5 tahun - 1 / 0.2) untuk menagih piutang. Ini adalah kondisi yang sangat buruk. Interpretasi Nilai ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki masalah serius dalam penagihan piutang. Semakin lama piutang tertunggak, semakin tinggi risiko piutang tersebut

menjadi macet dan tidak bisa dibayar. Hal ini dapat berdampak negatif pada arus kas perusahaan.

c) *Assets Turn Over*

$$\begin{aligned} &= \frac{Rp.6.451.000}{Rp.4.280.00} \\ &= 1,5 \end{aligned}$$

Nilai Asset Turnover 1.5 menunjukkan bahwa perusahaan berhasil menghasilkan penjualan sebesar Rp1.5 untuk setiap Rp1 aset yang dimiliki. Interpretasi Nilai ini menunjukkan bahwa perusahaan cukup efisien dalam menggunakan asetnya untuk menghasilkan penjualan. Semakin tinggi Asset Turnover, menunjukkan perusahaan semakin efektif dalam memanfaatkan asetnya.

E. Analisis Ratio Goguma Pphang

Modal Awal = Rp 2.889.000

Laba Kotor = Rp 12.000.000

Laba Bersih = Rp 10.000.000

❖ Rasio Likuiditas

a) Rasio lancar (current ratio)

$$= \frac{Rp\ 20.000.000}{Rp\ 1.500.000} \times 100\% = 13,3$$

Rasio lancar berjumlah 13,3, yang berarti perusahaan memiliki kemampuan yang baik dalam melunasi utang lancarnya. Rasio lancar dihitung dengan membandingkan aset lancar dengan kewajiban lancar, dan hasilnya menunjukkan bahwa aset lancar lebih besar dari kewajiban lancar. Dalam hal ini, rasio lancar lebih besar dari 1,0, yang menunjukkan perusahaan memiliki kemampuan yang baik dalam melunasi utang lancarnya

b) Rasio cepat (quick ratio)

$$\begin{aligned} &= \frac{Rp\ 20.000.000 - Rp\ 2.000.000}{Rp\ 1.500.000} \\ &= 12 \end{aligned}$$

Rasio Cepat 12 menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan yang sangat kuat untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya dengan segera, tanpa harus menjual

persediaan. Hal ini dikarenakan untuk setiap Rp1 kewajiban jangka pendek, perusahaan memiliki Rp12 aset lancar yang mudah dikonversi menjadi kas, seperti piutang dan kas.

❖ Analisis solvabilitas

a) Debt to equity ratio (D/E).

$$D/E = \frac{Rp\ 20.000.000}{Rp\ 2.889.000}$$

$$D/E = 6,9$$

Ini adalah peningkatan yang signifikan dibandingkan nilai sebelumnya (0.6). Nilai D/E 6.9 menunjukkan bahwa perusahaan memiliki utang yang jauh lebih besar dibandingkan dengan ekuitas (modal sendiri). Artinya, perusahaan dibiayai lebih banyak oleh kreditur dibandingkan dengan para pemegang sahamnya sendiri.

b) Debt ratio (D/A)

$$D/A = \frac{Rp\ 20.000.000}{Rp\ 60.000.000}$$

$$D/A = 0,33$$

Nilai Debt Ratio 0.33 menunjukkan bahwa 33% dari sumber daya perusahaan dibiayai oleh utang. Nilai ini lebih rendah dibandingkan dengan D/E Ratio, namun tetap menunjukkan ketergantungan yang cukup besar pada utang.

❖ Rasio Profitabilitas

a) ROA (*Return On Asset*)

$$ROA = \frac{Rp\ 2.000.000}{Rp\ 60.000.000} \times 100\%$$

$$ROA = 0,03$$

Nilai ROA 0.03 menunjukkan bahwa untuk setiap Rp1 aset yang dimiliki perusahaan, perusahaan hanya berhasil menghasilkan laba sebesar Rp0.03. Interpretasi Nilai ROA yang rendah ini menunjukkan bahwa perusahaan sedang berada dalam kondisi yang tidak menguntungkan. Perusahaan tidak mampu menghasilkan laba yang cukup dari aset yang dimilikinya.

❖ Rasio aktivitas

a) Inventory Turn Over

$$= \frac{Rp.2.000.0000}{Rp.1.000.000}$$

= 2

Nilai Inventory Turnover 2 menunjukkan bahwa perusahaan menjual persediaannya rata-rata 2 kali dalam satu periode. Artinya, dibutuhkan rata-rata 0.5 tahun ($1 / 2$) untuk menghabiskan seluruh persediaan.

b) *Receivable Turn Over*

$$= \frac{Rp.2.500.0000}{Rp.3.000.000}$$

= 0,83

Nilai Receivable Turnover 0.83 menunjukkan bahwa perusahaan menagih piutangnya rata-rata 0.83 kali dalam satu periode. Artinya, dibutuhkan rata-rata 1.2 tahun ($1 / 0.83$) untuk menagih seluruh piutang.

PENUTUP

UMKM yang disebutkan (Penjual Pentol, Penjual Buah, Lavaria Home, goguma ppang, Es Doger) mewakili ragam usaha yang melayani kebutuhan masyarakat sehari-hari. Keberadaannya di lokasi strategis, seperti pinggir jalan, pasar, atau dekat sekolah/kampus, memudahkan mereka menjangkau pelanggan. Modal awal yang relatif kecil memungkinkan wirausaha untuk memulai usaha mereka.

Namun, potensi persaingan yang tinggi di lokasi-lokasi keramaian mendorong para pelaku UMKM untuk memiliki strategi yang tepat untuk bersaing. Secara umum, UMKM ini memiliki peran penting dalam menyerap tenaga kerja, memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, dan membantu meningkatkan pendapatan masyarakat.

Pengembangan UMKM ini memerlukan strategi yang tepat, dengan mempertimbangkan karakteristik dan potensi yang dimilikinya.

Penjual Pentol & Es Doger kembangkan varian rasa dan inovasi topping yang unik. Penjual Buah jalin kerja sama dengan petani lokal untuk mendapatkan pasokan buah segar dengan harga lebih baik. Tawarkan jasa potong buah dan layanan pesan antar, sedangkan Lavaria Home memperbanyak varian topping dan mempercepat waktu menunggu pelanggan

dan goguma ppang meningkatkan penjualan dengan mengadakan promo dan diskon yang menarik.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah berjasa dalam penulisan artikel ilmiah ini. Semoga artikel ilmiah ini dapat menjadi kontribusi yang bermanfaat bagi masyarakat dan menjadi referensi yang berguna bagi penelitian-penelitian yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Agus Harjito dan Martono, Manajemen Keuangan. Edisi Kedua, Cetakan Pertama, Penerbit EKONISIA, Yogyakarta, 2011.

Badan Pusat Statistik. (2023). Statistik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Tahun 2022. <https://www.bps.go.id/>

Brealey, R. A., Myers, S. C., & Allen, F. (2019). Principles of Corporate Finance. McGraw-Hill Education. This book is a comprehensive guide to corporate finance, covering topics such as financial planning, capital budgeting, and risk management.

Damodaran, A. (2019). Investment Valuation. John Wiley & Sons. This book is a detailed guide to investment valuation, covering topics such as the cost of capital, the capital asset pricing model, and the dividend discount model.

Hariyadi, S., & Susanti, I. (2021). Manajemen Strategis UMKM: Menuju Keberlanjutan dan Keunggulan Kompetitif. CV. Pustaka Mandiri.

Hery. 2012. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Bumi Aksara.

Higgins, R. C. (2013). Analysis for Financial Management. McGraw-Hill Education. This book focuses on the analysis of financial data and its application in financial decision-making, including topics such as financial ratio analysis and cash flow analysis.

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah. (2023). Laporan Kinerja Kemenkop UKM Tahun 2022. <https://www.kemenkopukm.go.id/>

Koller, T., Goedhart, M., & Wessels, D. (2019). Valuation: Measuring and Managing the Value of Companies. John Wiley & Sons. This book provides a comprehensive overview of the valuation process, including topics such as discounted cash flow analysis and comparable company analysis.

Reference: Brealey, R. A., Myers, S. C., & Allen, F. (2019). Principles of Corporate Finance. McGraw-Hill Education.

Reference: Higgins, R. C. (2013). Analysis for Financial Management. McGraw-Hill Education.

- Reference: Koller, T., Goedhart, M., & Wessels, D. (2019). *Valuation: Measuring and Managing the Value of Companies*. John Wiley & Sons.
- Reference: Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jaffe, J. (2019). *Corporate Finance*. McGraw-Hill Education.
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jaffe, J. (2019). *Corporate Finance*. McGraw-Hill Education. This book is a well-known textbook on corporate finance, discussing topics such as financial markets, financial instruments, and financial planning.
- Sari, C. (2023). *Potensi Bisnis Laundry di Era Digital: Peluang dan Tantangan*. Katadata, <https://katadata.co.id/>
- Setiawan, A., & Ningsih, D. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen Terhadap Es Doger. *Jurnal Dinamika UMKM*, 10(2), 123-134.
- Tjahjono, G. (2020). *Strategi Pemberdayaan UMKM di Era Digital*.
- Widjajanti, R. (2012). Karakteristik Aktivitas Pedagang Kaki Lima di Ruang Kota (Studi Kasus: Kawasan Pendidikan Tembalang, Kota Semarang). *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota*, 8(4), 412–424.