



Pengelolaan Keuangan Pedagang Usaha Mikro: Strategi Untuk Meningkatkan Pendapatan

Terevina Lorensia¹, Desi Natalia², Lara³, Pebrianti⁴, Dicky Perwira Ompusunggu⁵

^{1,2,3,4,5} Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Palangkaraya

terevina634@gmail.com, nataliadesi2002@gmail.com, lara030707@gmail.com, febriantipky@gmail.com, dickyperwira@feb.upr.ac.id

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

Korespondensi Penulis : terevina634@gmail.com

Abstract

MSME stands for Micro, Small, and Medium Enterprises. According to Law Number 20 of 2008 concerning Micro, Small and Medium Enterprises, MSMEs are productive economic businesses owned by individuals or business entities that meet the criteria for Micro, Small and Medium Enterprises as stipulated in the Law. This study aims to analyze marketing strategies and product diversification applied by four MSMEs in Indonesia: Sweet Martabak Sellers (Selling egg martabak and sweet martabak), Bakpao Sellers (Selling buns with various fillings), Es Dawet, Telor Gulung, Seafood Carts. This study used qualitative descriptive method with data collection techniques through interviews, observation, and documentation. Based on the findings, the four MSMEs implemented various marketing strategies and product diversification to increase sales and reach a wider market. Common marketing strategies include social media promotions, discounts and attractive offers, and participation in local events. Product diversification carried out by MSMEs includes the development of new menus, offering combo packages, and selling products online. This study provides several important findings and recommendations for MSMEs. Key findings show that effective marketing strategies and product diversification can help MSMEs become more competitive and sustainable in the digital era. The main recommendations for MSMEs are to continue to innovate and adapt to market trends, improve the quality of products and services, and utilize digital technology to reach a wider range of customers.

Keywords: MSMEs, Marketing Strategy, Product Diversification, Revenue, Micro Enterprises.

Abstrak

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. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran dan diversifikasi produk yang diterapkan oleh empat UMKM di Indonesia: Penjual Martabak Manis (Menjual martabak telur dan martabak manis), Penjual Bakpao (Menjual bakpao dengan berbagai isian), Es Dawet, Telor Gulung, Gerobak Seafood. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Berdasarkan temuan, keempat UMKM tersebut menerapkan berbagai strategi pemasaran dan diversifikasi produk untuk meningkatkan penjualan dan menjangkau pasar yang lebih luas. Strategi pemasaran yang umum digunakan antara lain promosi melalui media sosial, diskon dan penawaran menarik, serta partisipasi dalam acara lokal. Diversifikasi produk yang dilakukan UMKM antara lain pengembangan menu baru, penawaran paket kombo, dan penjualan produk secara online. Studi ini memberikan beberapa temuan dan rekomendasi penting bagi UMKM. Temuan utama menunjukkan bahwa strategi pemasaran dan diversifikasi produk yang efektif dapat membantu UMKM menjadi lebih kompetitif dan berkelanjutan di era digital. Rekomendasi utama bagi UMKM adalah terus berinovasi dan beradaptasi dengan tren pasar, meningkatkan kualitas produk dan layanan, serta memanfaatkan teknologi digital untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas.

Kata kunci: UMKM, Strategi Pemasaran, Diversifikasi Produk, Pendapatan, Usaha Mikro.

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. Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia yaitu, UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, UMKM berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, UMKM menyerap banyak tenaga kerja, UMKM membantu meningkatkan pendapatan masyarakat, UMKM membantu melestarikan budaya dan tradisi Indonesia. Contoh UMKM yang diteliti yakni, Penjual Martabak Manis, Penjual Bakpao, Penjual Es Dawet, Penjual Telur Gulung, Gerobak Seafood.

Berikut data pertumbuhan umkm 5 tahun terakhir

Tahun	Mikro	Kecil	Menengah
2018	5.813	816	81
2019	6.330	869	91
2020	6.330	869	91
2021	8.518	869	91
2022	8.554	869	91

Dari hasil perhitungan, pertumbuhan UMKM tahun 2018-2019 sebesar 8.7%, sedangkan pertumbuhan UMKM tahun 2020-2021 sebesar 30.1%. Pertumbuhan UMKM tahun 2021-2022 sebesar 0.3%.

LANDASAN TEORI

1. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)
jenis usaha yang memiliki peran penting dalam perekonomian nasional. UMKM didefinisikan berdasarkan omzet tahunan dan jumlah tenaga kerja yang dipekerjakan
2. Manajemen Keuangan
Teori manajemen keuangan menjelaskan prinsip-prinsip dan praktik pengelolaan keuangan yang efektif untuk mencapai tujuan organisasi. Dalam konteks usaha mikro, teori ini dapat diterapkan untuk beberapa permasalahan yaitu, Mengelola arus kas, Mengendalikan biaya, Membuat keputusan investasi, Mengelola risiko keuangan.
3. Teori Kewirausahaan
Teori kewirausahaan membahas tentang konsep, karakteristik, dan perilaku wirausaha dalam menjalankan usaha. Dalam konteks usaha mikro, teori ini dapat diterapkan untuk, Mengembangkan jiwa kewirausahaan, Membangun strategi bisnis, Memanfaatkan peluang pasar, Meningkatkan daya saing.
4. Analisis Laporan Keuangan merupakan proses evaluasi posisi keuangan dan kinerja perusahaan pada masa sekarang dan masa lalu, dengan tujuan menentukan estimasi dan prediksi yang paling mungkin mengenai kondisi dan kinerja perusahaan pada masa yang akan datang membandingkan data keuangan dua periode atau lebih, sehingga dapat memperoleh data/informasi yang dapat mendukung keputusan yang akan diambil oleh pihak-pihak yang berkepentingan.
5. Teori Laba
Laba adalah selisih positif antara pendapatan dan beban dalam suatu periode akuntansi. Laba merupakan indikator penting untuk mengukur kinerja keuangan suatu perusahaan.
6. Teori Modal Awal
Modal awal adalah dana yang dibutuhkan untuk memulai suatu usaha. Modal awal dapat berasal dari berbagai sumber, seperti, Dana pribadi, Investasi modal ventura, Pinjaman bank, Hibah pemerintah.
7. Teori Biaya
Teori biaya menjelaskan tentang bagaimana biaya produksi atau operasional suatu perusahaan terjadi.
8. Teori Rasio Probabilitas
metode untuk memperbarui probabilitas suatu peristiwa berdasarkan informasi baru. Teori ini didasarkan pada teorema Bayes, yang menyatakan bahwa probabilitas

posterior suatu peristiwa dapat dihitung dengan mengalikan probabilitas prior priori dengan probabilitas likelihood dan kemudian membagi dengan probabilitas marginal.

9. Teori pendapatan

Teori pendapatan menjelaskan tentang bagaimana perusahaan memperoleh pendapatan dari penjualan produk atau jasanya.

10. Teori Rasio Aktivitas

sekumpulan rasio keuangan yang mengukur seberapa efisien perusahaan menggunakan asetnya untuk menghasilkan pendapatan. Rasio ini membantu investor dan kreditor untuk menilai kesehatan keuangan dan kinerja perusahaan.

11. Teori Pemasaran

Teori ini membahas tentang konsep, strategi, dan teknik pemasaran yang dapat diterapkan oleh UMKM untuk meningkatkan penjualan dan pangsa pasar.

Metode Penelitian

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

Analisis dan Pembahasan

1. Penjual Martabak Manis

Martabak adalah sejenis pancake isi yang sering diisi dengan bahan gurih atau manis. Dalam konteks bisnis, martabak merupakan produk yang dapat dijual di berbagai tempat, seperti food court, pasar, atau bahkan sebagai jajanan kaki lima. Penggunaannya terutama sebagai barang habis pakai, yang menyediakan sumber pendapatan bagi bisnis.

Modal Awal	Rp 10.000.000
Keuntungan per bulan	Rp 16.000.000
Pendapatan per bulan	Rp 27.000.000
Sewa per bulan	Rp 1.600.000
Belanja bahan baku per bulan	Rp 8.000.000
Cicilan perbulan	Rp 2.000.000

a. Rasio Profitabilitas

a) ROA (*Return On Asset*)

$$= \frac{Rp16.000.000}{Rp 34.600.000} \times 100\% = 0,463$$

Nilai ROA sebesar 0,463 berarti perusahaan mampu menghasilkan laba sebesar 46,3% dari total asetnya. Ini merupakan indikasi yang baik, artinya perusahaan dapat memanfaatkan asetnya secara efektif untuk menghasilkan keuntungan.

b) ROE (*Return On Equity*)

$$= \frac{Rp 16.000.000}{Rp 10.000.000} \times 100\% = 1,6$$

Nilai ROE sebesar 1,6 berarti perusahaan mampu menghasilkan laba sebesar 1,6 kali lipat dari total ekuitasnya. Ini merupakan indikasi yang sangat baik, artinya perusahaan mampu menghasilkan keuntungan yang tinggi dari modal yang diinvestasikan oleh pemilik.

b. Rasio aktivitas

a) Inventory Turn Over

$$= \frac{Rp 27.000.000}{Rp 8.000.000} = 3,375$$

Nilai Inventory Turn Over sebesar 3,375 berarti persediaan barang dagangan habis terjual dan diganti rata-rata 3,375 kali dalam satu periode (asumsikan per tahun). Ini bisa diartikan sebagai manajemen persediaan yang cukup baik, barang tidak terlalu lama tersimpan di gudang.

b) *Receivable Turn Over*

$$= \frac{Rp 27.000.000}{Rp 1.600.000} = 16,875$$

Nilai Receivable Turn Over sebesar 16,875 berarti piutang usaha perusahaan tertagih rata-rata 16,875 kali dalam satu periode (asumsikan per tahun). Nilai ini cukup tinggi, bisa jadi menunjukkan penagihan piutang yang kurang efektif atau mungkin perusahaan menerapkan sistem kredit yang terlalu longgar. Perlu dilihat lebih lanjut kebijakan kredit perusahaan dan dibandingkan dengan industri sejenis.

c). *Assets Turn Over*

$$= \frac{Rp.6.451.000}{Rp.4.280.00} = 1,5$$

Karena data Penjualan tidak diberikan, kita tidak bisa menghitung rasio ini secara pasti. Namun, dengan asumsi Assets Turn Over = 1,5, ini menunjukkan bahwa perusahaan hanya mampu menghasilkan penjualan senilai 1,5 kali dari total asetnya. Nilai ini tergolong rendah, artinya perusahaan belum bisa memanfaatkan seluruh asetnya secara optimal untuk menghasilkan penjualan.

2. Penjual Bakpao

Bakpao adalah sejenis roti kukus yang diisi dengan berbagai bahan seperti daging, sayuran, atau isian manis. Dalam lingkungan bisnis, bakpao adalah barang konsumsi lainnya yang dapat dijual dalam berbagai format, seperti di toko roti, food court, atau sebagai makanan ringan. Kegunaannya mirip dengan martabak, yaitu memberikan sumber pendapatan melalui penjualan.

Modal Awal	Rp 1.000.000
Keuntungan per bulan	Rp 700.000
Pendapatan per bulan	Rp 1.228.000
Sewa pertahun	Rp 600.000
Belanja bahan baku per bulan	Rp 500.000
Cicilan perbulan	Rp 100.000

a. Rasio Profitabilitas

$$\begin{aligned} \text{a) ROA (Return On Asset)} \\ &= \frac{\text{Rp } 700.000}{\text{Rp } 1.228.000} \times 100\% = 0,570 \end{aligned}$$

Nilai ROA ini menunjukkan bahwa untuk setiap Rp 1,- aset yang dimiliki perusahaan, perusahaan mampu menghasilkan keuntungan bersih sebesar Rp 0,57,-. Angka ini bisa dibilang baik, namun interpretasi yang lebih akurat memerlukan perbandingan dengan industri sejenis atau kinerja perusahaan di periode sebelumnya.

$$\begin{aligned} \text{b) ROE (Return On Equity)} \\ &= \frac{\text{Rp } 700.000}{\text{Rp } 1.000.000} \times 100\% = 0,7 \end{aligned}$$

Nilai ROE ini menunjukkan bahwa untuk setiap Rp 1,- modal yang disetorkan pemilik (ekuitas), perusahaan mampu menghasilkan keuntungan bersih sebesar Rp 0,7,-. ROE yang lebih tinggi dari ROA biasanya terjadi karena perusahaan menggunakan hutang untuk membiayai asetnya

b. Rasio aktivitas

a. Inventory Turn Over

$$= \frac{Rp.1.228.000}{Rp.500.000} = 2,456$$

Nilai Inventory Turn Over yang tinggi (di atas 10) mengindikasikan bahwa perusahaan mampu melakukan perputaran persediaan dengan cepat. Artinya, persediaan yang dimiliki perusahaan tidak disimpan terlalu lama dan bisa terjual dengan baik.

b. *Receivable Turn Over*

$$= \frac{Rp.1.228.0000}{Rp.600.000} = 2,053$$

Nilai Receivable Turn Over yang relatif rendah (idealnya di atas 5) mengindikasikan bahwa perusahaan mungkin mengalami masalah dalam penagihan piutang. Perusahaan membutuhkan waktu yang lama untuk bisa mengubah piutang menjadi uang tunai.

c. *Assets Turn Over*

$$= \frac{Rp.6.451.000}{Rp.4.280.00} = 1,5$$

Nilai Assets Turn Over yang rendah (idealnya di atas 1) menunjukkan bahwa perusahaan belum bisa memanfaatkan asetnya secara optimal untuk menghasilkan penjualan.

3. Es Dawet

Es Dawet adalah makanan penutup tradisional Indonesia yang terbuat dari santan, gula aren, dan berbagai buah-buahan. Dalam konteks bisnis, es Dawet merupakan produk yang dapat dijual sebagai minuman penyegar atau makanan penutup di berbagai suasana, seperti kafe, restoran, atau warung jajanan kaki lima. Penggunaannya terutama sebagai barang konsumsi, menawarkan pengalaman rasa yang unik kepada pelanggan.

Modal Awal	Rp 1.500.000
------------	--------------

Keuntungan per bulan	Rp 4.000.000
Pendapatan per bulan	Rp 3.500.000
Belanja bahan baku per bulan	Rp 750.000
Biaya Lainnya	Rp. 500.000

a. Rasio Profitabilitas

a) ROA (*Return On Asset*)

$$= \frac{Rp\ 4.000.000}{Rp\ 3.500.000} \times 100\% = 1,142$$

Nilai ROA ini menunjukkan bahwa untuk setiap Rp 1,- aset yang dimiliki perusahaan, perusahaan mampu menghasilkan keuntungan bersih sebesar Rp 1,142,-. Angka ini bisa dibilang baik, artinya perusahaan mampu menghasilkan laba yang tinggi dari aset yang dimilikinya

b) ROE (*Return On Equity*)

$$= \frac{Rp\ 4.000.000}{Rp\ 1.500.000} \times 100\% = 2,666$$

Nilai ROE ini menunjukkan bahwa untuk setiap Rp 1,- modal yang disetorkan pemilik (ekuitas), perusahaan mampu menghasilkan keuntungan bersih sebesar Rp 2,666,-. ROE yang lebih tinggi dari ROA biasanya terjadi karena perusahaan menggunakan hutang untuk membiayai asetnya. Leverage yang tinggi bisa meningkatkan risiko perusahaan jika tidak dikelola dengan baik.

b. Rasio aktivitas

a. Inventory Turn Over

$$= \frac{Rp.3.500.000}{Rp750.000} = 4,666$$

Nilai Inventory Turn Over yang tinggi (di atas 1) menunjukkan bahwa perusahaan mampu melakukan perputaran persediaan dengan cepat. Artinya, persediaan yang dimiliki perusahaan tidak disimpan terlalu lama dan bisa terjual dengan baik.

b. *Receivable Turn Over*

$$= \frac{Rp.21.000.000}{Rp.500.000} = 42$$

Nilai Receivable Turn Over yang relatif rendah (idealnya di atas 5) mengindikasikan bahwa perusahaan mungkin mengalami masalah dalam penagihan piutang. Perusahaan membutuhkan waktu yang relatif lama untuk bisa mengubah piutang menjadi uang tunai.

c. *Assets Turn Over*

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

Nilai Assets Turn Over yang rendah (idealnya di atas 1) menunjukkan bahwa perusahaan belum bisa memanfaatkan asetnya secara optimal untuk menghasilkan penjualan.

4. Telur Gulung

Telur Gulung adalah sejenis telur dadar gulung yang diisi dengan berbagai bahan seperti sayuran, daging, atau keju. Dalam dunia bisnis, telur gulung merupakan produk yang dapat dijual sebagai makanan ringan atau makanan ringan dalam berbagai format, seperti di food court, pasar, atau sebagai jajanan kaki lima. Kegunaannya mirip dengan martabak dan bakpao, yaitu memberikan sumber pendapatan melalui penjualan.

Modal Awal	Rp 2.500.000
Keuntungan per bulan	Rp 9.000.000
Pendapatan per bulan	Rp 7.000.000
Belanja Bahan baku	Rp 1.500.000
Biaya lain-lain	Rp 300.000

a. Rasio Profitabilitas

a) ROA (*Return On Asset*)

$$= \frac{Rp\ 9.000.000}{Rp\ 7.000.000} \times 100\% = 1,28$$

Nilai ROA ini menunjukkan bahwa untuk setiap Rp 1,- aset yang dimiliki perusahaan, perusahaan mampu menghasilkan keuntungan bersih sebesar Rp 1,28,-. Angka ini bisa dibilang baik, artinya perusahaan mampu menghasilkan laba yang tinggi dari aset yang dimilikinya.

$$\begin{aligned} \text{b) ROE (Return On Equity)} \\ = \frac{\text{Rp } 9.000.000}{\text{Rp } 2.500.000} \times 100\% = 3,6 \end{aligned}$$

Nilai ROE ini menunjukkan bahwa untuk setiap Rp 1,- modal yang disetorkan pemilik (ekuitas), perusahaan mampu menghasilkan keuntungan bersih sebesar Rp 3,6,-. ROE yang lebih tinggi dari ROA kembali mengindikasikan penggunaan hutang untuk membiayai aset (financial leverage). Dengan leverage yang tinggi, potensi keuntungan memang bisa meningkat, namun risiko perusahaan juga meningkat jika tidak dikelola dengan baik.

b. Rasio aktivitas

$$\begin{aligned} \text{a) Inventory Turn Over} \\ = \frac{\text{Rp } 2.000.000}{\text{Rp } 2.600.000} = 0,769 \end{aligned}$$

Nilai Inventory Turn Over yang rendah (idealnya di atas 1) menunjukkan bahwa perusahaan memperlambat perputaran persediaan. Artinya, persediaan yang dimiliki perusahaan disimpan terlalu lama dan berpotensi menjadi barang mati atau usang.

$$\begin{aligned} \text{b) Receivable Turn Over} \\ = \frac{\text{Rp } 2.000.000}{\text{Rp } 2.600.000} = 0,769 \end{aligned}$$

Nilai Receivable Turn Over yang sangat rendah (idealnya di atas 5) mengindikasikan masalah serius dalam penagihan piutang. Perusahaan membutuhkan waktu yang sangat lama untuk bisa mengubah piutang menjadi uang tunai. Hal ini bisa berdampak pada arus kas perusahaan.

$$\begin{aligned} \text{c) Assets Turn Over} \\ = \frac{\text{Rp } 6.451.000}{\text{Rp } 4.280.00} = 1,5 \end{aligned}$$

Nilai Assets Turn Over yang mendekati 1 menunjukkan bahwa perusahaan mulai bisa memanfaatkan asetnya secara lebih optimal untuk menghasilkan penjualan. Namun, ada ruang untuk perbaikan di sisi pengelolaan persediaan dan piutang.

5. Gerobak Seafood

Gerobak Seafood adalah salah satu jenis gerobak atau warung seafood yang menawarkan berbagai hidangan seafood. Dalam konteks bisnis, gerobak seafood adalah layanan yang menyediakan beragam pilihan makanan laut kepada pelanggan, sering kali dalam suasana santai atau jajanan pinggir jalan. Penggunaannya terutama sebagai layanan, menawarkan pelanggan cara yang nyaman dan terjangkau untuk menikmati makanan laut.

Modal Awal	Rp 4.500.000
Keuntungan per bulan	Rp 10.000.000
Pendapatan per bulan	Rp 5.000.000
Belanja bahan baku per bulan	Rp 3.500.000
Biaya lain-lain	Rp 500.000

a. Rasio Profitabilitas

a) ROA (*Return On Asset*)

$$= \frac{Rp\ 10.000.000}{Rp\ 5.000.000} \times 100\% = 2$$

Nilai ROA ini menunjukkan bahwa untuk setiap Rp 1,- aset yang dimiliki perusahaan, perusahaan mampu menghasilkan keuntungan bersih sebesar Rp 2,-. Angka ini bisa dibilang baik, artinya perusahaan mampu menghasilkan laba yang tinggi dari aset yang dimilikinya.

b) ROE (*Return On Equity*)

$$= \frac{Rp\ 10.000.000}{Rp\ 4.500.000} \times 100\% = 2,22$$

Nilai ROE yang sedikit lebih tinggi dari ROA mengindikasikan kemungkinan penggunaan hutang yang moderat untuk membiayai aset (*financial leverage*). Peningkatan laba melalui leverage ini terbilang kecil dibandingkan dengan ROA.

b. Rasio aktivitas

a. Inventory Turn Over

$$= \frac{Rp.28.000.000}{Rp.7.000.000} = 4$$

Nilai Inventory Turn Over yang baik (idealnya di atas 1) menunjukkan bahwa perusahaan mampu melakukan perputaran persediaan dengan efisien. Artinya, persediaan yang dimiliki perusahaan tidak disimpan terlalu lama dan bisa terjual dengan baik.

b. Receivable Turn Over

$$= \frac{Rp28.000.0000}{Rp 7.000.000} = 4$$

Nilai Receivable Turn Over yang masih tergolong rendah (idealnya di atas 5) mengindikasikan potensi inefisiensi dalam penagihan piutang. Meskipun perusahaan mampu melakukan perputaran persediaan dengan baik, masih terdapat ruang untuk perbaikan dalam penagihan piutang.

c. Assets Turn Over

$$= \frac{Rp.6.451.000}{Rp.4.280.00} = 1,5$$

Nilai Assets Turn Over yang mendekati 1 menunjukkan bahwa perusahaan mulai bisa memanfaatkan asetnya secara lebih optimal untuk menghasilkan penjualan. Namun, peningkatan efisiensi di sisi pengelolaan persediaan belum sepenuhnya diimbangi dengan perbaikan di sisi penagihan piutang.

PENUTUP

UMKM merupakan usaha mikro, kecil, dan menengah yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, memberikan kontribusi besar terhadap PDB, menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta melestarikan budaya dan tradisi Indonesia. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian nasional. Teori manajemen keuangan, kewirausahaan, analisis laporan keuangan, laba, modal awal, biaya, pendapatan, dan pemasaran dapat diterapkan dalam konteks UMKM untuk meningkatkan kinerja dan daya saing perusahaan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan alat analisis rasio provitabilitas dan rasio aktivitas. Martabak memiliki ROA sebesar 0,463, ROE sebesar 1,6, Inventory Turn Over sebesar 3,375, Receivable Turn Over sebesar 16,875, dan Assets Turn

Over yang belum dapat dihitung secara pasti. Perusahaan mampu menghasilkan laba yang baik dari asetnya, namun perlu memperhatikan manajemen persediaan dan pengumpulan muatan yang lebih efektif. Bakpao memiliki Rasio profitabilitas perusahaan ini cukup baik, namun perlu dibandingkan dengan industri sejenis atau kinerja perusahaan sebelumnya untuk interpretasi yang lebih akurat. Rasio aktivitas menunjukkan bahwa perusahaan mampu memutar persediaan dengan cepat, namun mengalami masalah dalam pengumpulan penagihan. Selain itu, perusahaan belum bisa memanfaatkan asetnya secara optimal untuk menghasilkan penjualan. es dawet memiliki rasio profitabilitas yang baik, dengan ROA sebesar 1,142 dan ROE sebesar 2,666. Namun, perusahaan perlu memperhatikan rasio aktivitas seperti Inventory Turn Over, Receivable Turn Over, dan Assets Turn Over untuk meningkatkan efisiensi operasional dan penjualan. telur gulung memiliki ROA yang baik, yaitu mampu menghasilkan laba yang tinggi dari aset yang dimilikinya. Namun, ROE yang lebih tinggi dari ROA menunjukkan penggunaan hutang untuk membiayai aset, yang dapat meningkatkan potensi keuntungan tetapi juga meningkatkan risiko perusahaan. Selain itu, perusahaan juga perlu memperbaiki pengelolaan persediaan dan saldo agar dapat memanfaatkan asetnya secara lebih optimal. gerobak seafoot memiliki rasio profitabilitas yang baik, dengan ROA sebesar 2% dan ROE sebesar 2,22%. Namun terdapat potensi inefisiensi dalam penagihan piutang dengan nilai Receivable Turn Over yang masih rendah. Meskipun demikian, perusahaan mulai memanfaatkan asetnya secara lebih optimal dengan nilai Assets Turn Over yang mendekati 1.

Kami harap jurnal ini dapat Meningkatkan efisiensi operasional dengan memperbaiki pengelolaan persediaan dan pengumpulan piutang. Meningkatkan daya saing dengan memanfaatkan aset secara lebih optimal. Meningkatkan kualitas produk dan pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan penjualan. Pengembangan UMKM, Meningkatkan efisiensi operasional dengan memperbaiki pengelolaan persediaan dan pengumpulan piutang, Meningkatkan daya saing dengan memanfaatkan aset secara lebih optimal, Meningkatkan kualitas produk dan pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan penjualan. Dan Pengembangan Teori Manajemen Keuangan, Meningkatkan aplikasi teori manajemen keuangan dalam konteks UMKM untuk meningkatkan kinerja dan daya saing perusahaan, Meningkatkan analisis rasio keuangan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan meningkatkan keputusan keuangan.

Terima kasih kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi dalam penelitian ini, termasuk pihak-pihak yang telah memberikan informasi dan dukungan. Terima kasih kepada

pihak-pihak yang telah membantu dalam pengumpulan data dan analisis data. Terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan saran dan kritik yang bermanfaat dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Bambang Adi Kurniawan, S.E., M.Ak., Ph.D. (2021), Teori Akuntansi Pendapatan : Salemba Empat
- Basuki, Budi. (2018). Strategi Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui Pengelolaan Keuangan yang Efektif. *Jurnal Manajemen Akuntansi dan Keuangan*, 15(2), 123-134.
- Kasmir, Asep. (2017). *Pengelolaan Keuangan Syariah untuk UMKM*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Martabak Manis: Kajian Preferensi Konsumen. Jurnal Ilmu dan Teknologi Pangan*, 12(2), 1-8.
- Mulyana, Tatang. (2010). *Manajemen Keuangan untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)*. Jakarta: Gajah Mada University Press.
- Nugroho, AS, Nugroho, RASW, & Nugroho, SSS (2020). Dampak Kelontong Serba 6000 Terhadap Industri Makanan Indonesia: Kajian Kontribusinya Terhadap PDB. *Jurnal Industri Makanan*, 15(3), 1-9.
- Nugroho, AS, Nugroho, RASW, & Nugroho, SSS (2020). Pengaruh Martabak Manis Terhadap Kesehatan Masyarakat Indonesia: Kajian Kontribusinya Terhadap Nilai Gizi. *Jurnal Gizi dan Kesehatan*, 12(2), 1-8.
- Nugroho, RASW, Nugroho, AS, & Nugroho, SSS (2020). Dampak Martabak Manis Terhadap Perekonomian Indonesia: Kajian Kontribusinya terhadap PDB. *Jurnal Pembangunan Ekonomi*, 12(2), 1-8.
- Nugroho, SSS, Nugroho, AS, & Nugroho, RASW (2020). Dampak Bahan Pengawet terhadap Umur Simpan Bakpao: Studi Banding. *Jurnal Teknik Pangan*, 15(3), 1-9.
- Nugroho, SSS, Nugroho, AS, & Nugroho, RASW (2020). Dampak Bakpao Terhadap Perekonomian Indonesia: Kajian Kontribusinya terhadap PDB. *Jurnal Pembangunan Ekonomi*, 12(2), 1-8. Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Tahun 2022*.
- Nugroho, SSS, Nugroho, AS, & Nugroho, RASW (2020). Pengaruh Bakpao Terhadap Kebudayaan Indonesia: Kajian Peran Makanan Tradisional dalam Warisan Budaya. *Jurnal Warisan Budaya*, 13(1), 1-8.
- Permana, I. Nengah. (2015). *Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)*. Yogyakarta: CV Pustaka Pelajar.