



**STRATEGI PENINGKATAN KINERJA BISNIS USAHA
MIKRO KECIL MENENGAH (STUDI PADA UMKM
MAKANAN DAN MINUMAN NASABAH KUR BANK
SYARIAH INDONESIA
AREA BANDUNG KOTA)**

MOHAMAD FAJAR



**PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL MENENGAH
SEKOLAH PASCASARJANA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

PERNYATAAN MENGENAI TESIS DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis dengan judul “Strategi Peningkatan Kinerja Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Pada UMKM Makanan Dan Minuman Nasabah KUR Bank Syariah Indonesia Area Bandung Kota)” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir tesis ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Desember 2024

Mohammad Fajar
P0504202015

@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

RINGKASAN

MOHAMMAD FAJAR. Strategi Peningkatan Kinerja Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Pada UMKM Makanan Dan Minuman Nasabah KUR Bank Syariah Indonesia Area Bandung Kota). Dibimbing oleh RIZAL SYARIEF dan DONI YUSRI.

Pada masa resesi ekonomi Indonesia periode tahun 1997-1998, hanya sektor UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) yang mampu bertahan. Hal tersebut telah menyadarkan banyak pihak, untuk memberikan porsi lebih besar terhadap peranan bisnis skala mikro, kecil, dan menengah dalam perekonomian nasional. Bentuk dukungan pemerintah terhadap eksistensi UMKM di perekonomian nasional berupa peningkatan akses program pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR). Bank Syariah Indonesia sebagai salah satu bank BUMN tentunya memiliki kepentingan untuk keberhasilan program tersebut. Untuk itu BSI meluncurkan program BSI KUR Kecil, BSI KUR Mikro dan BSI KUR Super Mikro yang menyediakan fasilitas pembiayaan yang diperuntukan bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk memenuhi kebutuhan modal kerja dan investasi dengan plafon mulai dari 10 juta rupiah hingga 500 juta rupiah.

UMKM sektor makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang berdampak dengan adanya pandemi COVID 19 dimana sektor tersebut mengalami penurunan volume transaksi penjualan yang sangat signifikan sebesar 76,88% pada tahun 2020 yang lalu dan menjadi tiga sektor terbesar yang mengalami penurunan terbesar. Kondisi ini tentunya berdampak terhadap tingkat rasio kredit bermasalah atau *nonperforming loan* (NPL) di kalangan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Seiring dengan bertumbuhnya kredit UMKM yang cukup signifikan, dari 12,2 persen year on year/yoy pada Desember 2021, menjadi 16,75 persen yoy per April 2022, justru tingkat risiko juga meningkat, meskipun kondisi perekonomian yang perlahan-lahan semakin membaik. NPL sektor UMKM per April 2022 sebesar 4,38 persen, naik dari posisi sebelumnya 3,83 persen pada Desember 2021.

Kondisi lingkungan yang semakin dinamis dan penuh tantangan menuntut pelaku UMKM memiliki sikap *agility* berupa orientasi kewirausahaan sehingga dapat mengatasi setiap tantangan. Begitu juga UMKM diharapkan memiliki pengetahuan dan keahlian yang baik atas penggunaan media sosial untuk kegiatan pemasaran melalui kapabilitas pemasaran media sosial. Begitu juga UMKM diharapkan memiliki pengetahuan dan keahlian yang baik atas penggunaan media sosial untuk kegiatan pemasaran melalui kapabilitas pemasaran media sosial. Peluang pemasaran melalui media sosial sangat besar.

Tujuan penelitian adalah (1) menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja bisnis UMKM makanan dan minuman nasabah KUR BSI Area Bandung Kota; (2) Untuk menganalisis pengaruh inklusi keuangan terhadap kinerja bisnis UMKM makanan dan minuman nasabah KUR BSI Area Bandung Kota; (3) Untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis UMKM makanan dan minuman nasabah KUR BSI Area Bandung Kota; (4) Untuk menganalisis pengaruh kapabilitas pemasaran media sosial terhadap kinerja bisnis UMKM makanan dan minuman nasabah KUR BSI Area Bandung Kota; dan (5) Untuk merumuskan strategi peningkatan kinerja bisnis UMKM makanan dan

minuman nasabah KUR BSI Area Bandung Kota melalui peningkatan literasi keuangan, inklusi keuangan, orientasi kewirausahaan, dan kapabilitas pemasaran media sosial.

Lokasi penelitian ini adalah UMKM yang bergerak dibidang makanan dan minuman Area Bandung Kota meliputi empat kabupaten kota yaitu Kota Bandung, Kabupaten Bandung, Kabupaten Garut dan Kabupaten Sumedang. UMKM makanan dan minuman Area Bandung Kota ini merupakan nasabah KUR BSI sehingga penyebaran wilayah operasional unit usaha tersebut dapat diketahui. Waktu penelitian dilakukan sejak bulan Januari sampai Juni 2023.

Populasi penelitian merupakan keseluruhan subyek penelitian ini yaitu seluruh pelaku UMKM sektor makanan dan minuman di area Bandung Kota yang merupakan nasabah KUR Bank Syariah Indonesia. Dengan mengacu pada penghitungan slovin, jumlah sampel penelitian ini sebanyak 283 responden dengan tingkat kepercayaan 95%. Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara mendalam untuk meminta pendapatnya kepada para ahli/pakar yang relevan dengan penelitian ini, terdiri atas pengusaha UMKM sukses yang memiliki fasilitas pembiayaan KUR, serta dari praktisi perbankan syariah level manajerial dan senior manajer.

Penelitian ini secara garis besar mempergunakan analisis statistik yang terdiri dari statistik deskriptif dan statistik inferensial. Statistik inferensial penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Adapun analisis regresi berganda terdiri dari uji asumsi klasik yang terdiri dari serangkaian uji, model regresi, koefisien determinasi (R^2) dan uji hipotesis (uji t dan uji F). Untuk peningkatan strategi menggunakan rangkaian beberapa metode, seperti matriks *internal factor evaluation* (IFE), *external factor evaluation* (EFE), dan SWOT. Penentuan prioritas alternatif strategi menggunakan matriks *quantitative strategic planning* (QSP).

Hasil analisis dengan regresi berganda, menunjukkan seluruh variabel independen yaitu literasi keuangan, inklusi keuangan, orientasi kewirausahaan dan kapabilitas pemasaran media sosial baik secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM makanan dan minuman nasabah KUR Bank Syariah Indonesia Area Bandung Kota.

Hasil perhitungan dengan matriks QSP, yang didasarkan dari analisis matriks IFE dan EFE, serta analisis strategi dari matriks SWOT, didapatkan alternatif strategi pertama yang paling diprioritaskan oleh perusahaan adalah Pendampingan dalam penyusunan laporan keuangan pelaku UMKM guna menjaga stabilitas keuangan dengan skor TAS 6,52. Strategi kedua Menyalurkan kebutuhan produk dan jasa pelaku UMKM melalui kerjasama dengan bank syariah dengan skor TAS 6,49. Strategi ketiga Peningkatan literasi melalui sosialisasi dan edukasi terhadap UMKM terhadap program pembiayaan berbasis syariah dengan skor TAS 6,49 dan Strategi keempat Peningkatan komunikasi terhadap UMKM mengenai inovasi produk dan jasa demi kelancaran angsuran debitur dengan skor TAS 6,49. Bentuk implementasi konkrit dari strategi peningkatan kinerja bisnis UMKM dengan melakukan pertemuan rutin terkait pengembangan bisnis dalam bentuk *coaching clinic* yang difasilitasi oleh pihak Bank Syariah untuk menarik nasabah bank.

Kata kunci: alternatif strategi, kluster konsultasi, literasi keuangan

SUMMARY

MOHAMMAD FAJAR. Strategy for Improving Business Performance of Micro, Small and Medium Enterprises (Study of Food and Beverage MSMEs for KUR Bank Syariah Indonesia Customers in the Bandung City Area). Supervised by RIZAL SYARIEF as chairman and DONI YUSRI as member.

During the Indonesian economic recession during the 1997-1998 period, only the MSME (Micro, Small and Medium Enterprises) sector was able to survive. This has made many parties aware of the need to provide a larger portion of the role of micro, small and medium scale businesses in the national economy. A form of government support for the existence of MSMEs in the national economy is in the form of increasing access to the People's Business Credit (KUR) financing program. Bank Syariah Indonesia as a state-owned bank certainly has an interest in the success of this program. For this reason, BSI launched the BSI KUR Small, BSI KUR Micro and BSI KUR Super Micro programs which provide financing facilities intended for Micro, Small and Medium Enterprises to meet working capital and investment needs with ceilings ranging from 10 million rupiah to 500 million rupiah.

MSMEs in the food and beverage sector are one of the sectors impacted by the COVID 19 pandemic, where this sector experienced a very significant decline in sales transaction volume of 76.88% in 2020 and became the three largest sectors that experienced the largest decline. This condition certainly has an impact on the level of nonperforming loan (NPL) ratios among micro, small and medium enterprises (MSMEs). Along with the significant growth in MSME credit, from 12.2 percent year on year/yoy in December 2021, to 16.75 percent yoy as of April 2022, the risk level has also increased, even though economic conditions are slowly getting better. The NPL in the MSME sector as of April 2022 was 4.38 percent, up from the previous position of 3.83 percent in December 2021.

Environmental conditions that are increasingly dynamic and full of challenges require MSME players to have an agility attitude in the form of an entrepreneurial orientation so they can overcome every challenge. Likewise, MSMEs are expected to have good knowledge and expertise in using social media for marketing activities through social media marketing capabilities. Likewise, MSMEs are expected to have good knowledge and expertise in using social media for marketing activities through social media marketing capabilities. The marketing opportunities via social media.

The research objectives are (1) to analyze the influence of financial literacy on the business performance of food and beverage MSME customers of KUR BSI Bandung City Area; (2) To analyze the effect of financial inclusion on the business performance of food and beverage MSME customers of KUR BSI Bandung City Area; (3) To analyze the influence of entrepreneurial orientation on the business performance of food and beverage MSME customers of KUR BSI Bandung City Area; (4) To analyze the influence of social media marketing capabilities on the food and beverage MSME business performance of KUR BSI Bandung City Area customers; and (5) To formulate a strategy to improve the food and beverage MSME business performance of KUR BSI Bandung City Area customers through increasing financial literacy, financial inclusion, entrepreneurial orientation, and social media marketing capabilities.

The location of this research is MSMEs operating in the food and beverage sector in the Bandung City area covering four city districts, namely Bandung City, Bandung Regency, Garut Regency and Sumedang Regency. Food and beverage MSMEs in the Bandung City Area are KUR BSI customers so the distribution of the operational areas of these business units can be known. The research was conducted from January to June 2023.

The research population is the entire subject of this research, namely all MSME actors in the food and beverage sector in the Bandung City area who are KUR customers of Bank Syariah Indonesia. By referring to the slovin calculation, the total sample for this study was 283 respondents with a confidence level of 95%. Apart from that, the researcher also conducted in-depth interviews to ask for opinions from experts/experts relevant to this research, consisting of successful MSME entrepreneurs who have KUR financing facilities, as well as from managerial level sharia banking practitioners and senior managers.

In general, this research uses statistical analysis consisting of descriptive statistics and inferential statistics. The inferential statistics of this research use multiple regression analysis. The multiple regression analysis consists of the classic assumption test which consists of a series of tests, regression models, coefficient of determination (R^2) and hypothesis testing (t test and F test). To improve strategies, use a series of methods, such as internal factor evaluation (IFE), external factor evaluation (EFE) and SWOT matrices. Determining strategic alternative priorities using the quantitative strategic planning (QSP) matrix.

The results of analysis using multiple regression show that all independent variables, namely financial literacy, financial inclusion, entrepreneurial orientation and social media marketing capabilities, both partially and simultaneously, have a significant influence on the food and beverage MSME business performance of KUR Bank Syariah Indonesia customers in the Bandung City Area.

The results of calculations using the QSP matrix, which is based on analysis of the IFE and EFE matrices, as well as strategic analysis from the SWOT matrix, show that the first alternative strategy that is most prioritized by the company is assistance in preparing financial reports for MSMEs to maintain financial stability with a TAS score of 6.52. The second strategy is to channel the product and service needs of MSME players through collaboration with sharia banks with a TAS score of 6.49. The third strategy is increasing literacy through socialization and education for MSMEs regarding sharia-based financing programs with a TAS score of 6.49 and the fourth strategy is increasing communication for MSMEs regarding product and service innovations for smooth debtor installments with a TAS score of 6.49. The form of concrete implementation of the strategy to improve MSME business performance is by holding regular meetings related to business development in the form of a coaching clinic facilitated by Sharia Bank to attract bank customers

Key words: alternative strategies, consulting clusters, financial literacy



© Hak cipta milik IPB University

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2024
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

STRATEGI PENINGKATAN KINERJA BISNIS USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (STUDI PADA UMKM MAKANAN DAN MINUMAN NASABAH KUR BANK SYARIAH INDONESIA AREA BANDUNG KOTA)

MOHAMAD FAJAR

Tesis
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Sains pada
Program Studi Pengembangan Industri Kecil Menengah

**PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL MENENGAH
SEKOLAH PASCASARJANA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



Tim penguji pada Ujian Tesis: Prof.Dr.Ir. Hatrisari Hardjomidjojo, DEA

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



xii

Judul Tesis : Strategi Peningkatan Kinerja Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Pada UMKM Makanan Dan Minuman Nasabah KUR Bank Syariah Indonesia Area Bandung Kota)

Nama : Mohamad Fajar
NIM : P0504202015

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Prof.Dr.Ir. Rizal Sjarief Sjaiful Nazli, D.E.S.S.



Pembimbing 2:
Dr. Doni Yusri, S.P., M.M.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Prof.Dr.Ir. H. Musa Hubeis, M.S, Dipl.Ing, DEA
NIP. 19550626 198003 1002



Dekan Sekolah Pascasarjana
Prof.Dr.Ir. Dodik Ridho Nurrochmat, M.Sc.F.Trop
NIP. 19700329 199608 1001



Tanggal Ujian: 14 Desember 2024

Tanggal Pengesahan:

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan dengan baik. Tema yang dipilih dalam penelitian ini adalah Strategi Peningkatan Kinerja Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Pada UMKM Makanan Dan Minuman Nasabah KUR Bank Syariah Indonesia Area Bandung Kota).

Terima kasih penulis ucapkan kepada Bapak Prof.Dr.Ir. Rizal Sjarief Sjaiful Nazli, D.E.S.S. dan Dr. Doni Yusri, S.P., M.M. selaku dosen pembimbing tesis. Secara khusus kepada Prof Dr Ir H. Musa Hubeis, MS, Dipl.Ing, DEA selaku Ketua Program Studi Industri Kecil dan Menengah IPB, yang telah memberi kesempatan pada penulis mengikuti program magister.

Disamping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada Bapak dan Ibu dari instansi Pemerintah Kota Bandung, Bapak dan Ibu dari Dinas Koperasi dan UMKM dan Dinas Pertanian Kota Bandung, Bapak dan Ibu Area Manager, Area Segmen Manager, Branch Manager Area Bandung Kota dan juga para Pelaku usaha serta para konsumen dari Kota Bandung. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada ayah, ibu, istri dan anak-anak tercinta serta teman-teman semua khususnya mahasiswa MPI angkatan 26, atas segala doa dan dukungannya.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat.

Bogor, Desember 2024

Mohamad Fajar
P0504202015

DAFTAR ISI

	Hal.
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Rumusan Masalah	4
Tujuan Penelitian	5
Manfaat Penelitian	5
Ruang Lingkup	5
TINJAUAN PUSTAKA	6
Kajian Pustaka	6
Manajemen Strategi	6
Pengertian UMKM	6
Kinerja Bisnis	7
Literasi Keuangan	7
Inklusi Keuangan	8
Orientasi Kewirausahaan	9
Kapabilitas Pemasaran Media Sosial	9
Industri Makan dan Minuman	11
Penelitian Terdahulu	12
Pengembangan Hipotesis	14
METODE PENELITIAN	16
Desain Penelitian	16
Tempat dan Waktu Penelitian	18
Jenis dan Sumber Data	18
Metode Pengumpulan Data dan Penentuan Sampel	18
Metode Pengolahan dan Analisis Data	19
Uji Normalitas	19
Uji Multikolinearitas	20
Uji Heteroskedastisitas	20
Model Regresi	20
Koefisien Determinasi (R^2)	20
Uji Hipotesis	21
Matrik Internal Factor Evaluation (IFE)	21
Matrik External Factor Evaluation (EFE)	21
Analisis SWOT	22
Matriks I-E (Internal – Eksternal)	24
Matriks SWOT	24
Matriks QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix)	25
Variabel dan Definisi Operasional Variabel	26

HASIL DAN PEMBAHASAN	28
Analisis Deskriptif	28
Analisis Deskriptif Responden	28
Analisis Deskriptif Variabel	32
Uji Instrumen Penelitian	36
Uji Validitas Instrumen	36
Uji Reliabilitas Instrumen	37
Pengujian Hipotesis Penelitian	37
Uji Normalitas	37
Uji Multikolonieritas	38
Uji Heteroskedastisitas	39
Model Regresi	39
Koefisien Determinasi	40
Uji Hipotesis – Uji t	41
Uji Hipotesis – Uji F	42
Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)	42
Matriks External Factor Evaluation (EFE)	43
Perumusan dan Penetapan Alternatif Strategi	44
Diagram Analisis SWOT	45
Matriks SWOT	46
Matriks QSP	47
Implikasi Manajerial	49
KESIMPULAN DAN SARAN	52
Kesimpulan	52
Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	57
RIWAYAT HIDUP	79



DAFTAR TABEL

No.	Nama Tabel	Halaman
1	Dampak Pandemi COVID 19 Terhadap Kinerja UMKM Sektor Makanan dan Minuman	3
2	Penelitian Terdahulu	12
3	Penentuan Rating	22
4	Perhitungan Skor	23
5	Operasional Variabel Penelitian	26
6	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Atas Unit Usaha	28
7	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	28
8	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia	29
9	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	29
10	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan	30
11	Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi Usaha	30
12	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Mengelola Usaha	31
13	Karakteristik Responden Berdasarkan Menu Yang Ditawarkan	31
14	Karakteristik Responden Berdasarkan Penjualan Per Bulan	32
15	Penentuan Kriteria	32
16	Deskriptif Variabel Literasi Keuangan	33
17	Deskriptif Variabel Inklusi Keuangan	33
18	Deskriptif Variabel Orientasi Kewirausahaan	34
19	Deskriptif Variabel Kapabilitas Pemasaran Media Sosial	35
20	Deskriptif Variabel Kinerja Bisnis	35
21	Uji Validitas	36
22	Uji Reliabilitas	38
23	Uji Normalitas	38
24	Uji Multikolinearitas	38
25	Uji Heteroskedastisitas	39
26	Model Regresi	40
27	Koefisien Determinasi	41
28	Uji t	41
29	Uji F	42
30	Rekapitulasi rating dan bobot faktor internal	43
31	Rekapitulasi rating dan bobot faktor eksternal	43
32	Matriks SWOT	47
33	Peringkat Alternatif Strategi Peningkatan Kinerja Bisnis UMKM	48
34	Klaster Strategi Peningkatan Kinerja Bisnis UMKM	50

DAFTAR GAMBAR

No.	Nama Gambar	Halaman
1	Model Kerangka Pemikiran dan Hipotesis Penelitian	15
2	Diagram Alur Desain Penelitian	17
3	Pemetaan Kuadran SWOT	23
4	Matriks IE (Internal Eksternal)	24
5	Matriks Analisis SWOT	25
6	Matriks IE	44
7	Diagram Analisis SWOT	46

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Nama Lampiran	Halaman
1.	Kuesioner penelitian untuk nasabah KUR BSI	57
2.	Kuesioner SWOT bagi nasabah KUR dan tim manajemen BSI	65
3.	Kuesioner untuk pakar dalam penentuan prioritas strategi	68
4.	Tabulasi data hasil kuesioner nasabah KUR BSI	72
5.	Perhitungan Rating Bobot dan Skor Strategi Internal dan Eksternal	76
6.	Perhitungan Matriks QSP	77

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.