

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi mendorong dunia usaha berkembang dengan sangat pesat, didorong oleh kemajuan teknologi, digitalisasi, dan persaingan bisnis yang semakin ketat di berbagai sektor industri. Situasi ini mengharuskan setiap perusahaan mengelola bisnisnya secara efektif dan efisien agar mampu bertahan. Persaingan usaha tidak hanya dirasakan oleh perusahaan manufaktur dan perdagangan, melainkan juga oleh sektor jasa, termasuk perusahaan konsultan bisnis. Perusahaan konsultan bisnis memegang peran strategis dalam membantu perusahaan lain menangani berbagai aspek, mulai dari pengelolaan keuangan, perpajakan, manajemen, pengembangan usaha, sampai pengembangan sumber daya manusia. Tingginya kebutuhan akan jasa konsultasi ini turut mendorong bertambahnya jumlah perusahaan konsultan bisnis, yang pada akhirnya membuat persaingan antar perusahaan di bidang ini semakin ketat. Oleh karena itu, perusahaan konsultan dituntut memiliki strategi manajemen keuangan yang tepat guna menjaga kestabilan keuangan sekaligus memperkuat daya saing di tengah iklim persaingan yang semakin kompetitif (Kusuma et al., 2024).

Keberhasilan perusahaan dalam menghadapi persaingan usaha sangat dipengaruhi oleh penerapan strategi manajemen keuangan yang tepat. Cakupan manajemen keuangan tidak terbatas pada pengelolaan pemasukan dan pengeluaran semata, melainkan juga meliputi perencanaan keuangan, pengendalian biaya operasional, pengelolaan arus kas, pengambilan keputusan investasi, sampai perumusan strategi pengembangan usaha dalam jangka

panjang. Perusahaan yang berhasil menerapkan strategi manajemen keuangan secara efektif akan memiliki peluang lebih besar untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya, meningkatkan profitabilitas, serta beradaptasi terhadap perubahan kondisi ekonomi maupun dinamika persaingan pasar. Sebaliknya, perusahaan yang tidak menerapkan strategi manajemen keuangan dengan baik berpotensi mengalami penurunan kinerja, menghadapi kesulitan keuangan, bahkan kehilangan daya saingnya di dunia usaha (Nurhasanah et al., 2025).

Perkembangan perusahaan jasa konsultasi bisnis di Indonesia menunjukkan tren peningkatan seiring berkembangnya sektor usaha, industri kreatif, serta semakin tingginya kebutuhan perusahaan akan layanan profesional. Peran perusahaan konsultan bisnis mencakup pendampingan bagi perusahaan lain dalam mengelola sistem keuangan, perpajakan, audit, sumber daya manusia, sampai dengan penyusunan strategi pengembangan usaha. Perkembangan ini pada gilirannya memicu persaingan yang semakin kompetitif antar perusahaan konsultan bisnis, terutama di kota-kota besar dengan pertumbuhan ekonomi dan aktivitas bisnis yang tinggi, salah satunya Daerah Istimewa Yogyakarta. Selain dikenal sebagai kota pendidikan dan pariwisata, Yogyakarta juga tumbuh menjadi wilayah dengan perkembangan usaha jasa dan bisnis yang cukup signifikan. Hal ini turut mendorong peningkatan kebutuhan akan jasa konsultasi bisnis dari tahun ke tahun (Astuti et al., 2023).

Salah satu perusahaan konsultan bisnis di Yogyakarta yaitu PT. XYZ merupakan salah satu perusahaan konsultan bisnis yang berlokasi di Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, dengan status badan hukum Perseroan Terbatas

(PT) dan bergerak dalam bidang jasa konsultasi bisnis profesional yang terintegrasi. Sebagai penyedia jasa konsultasi bisnis, PT. XYZ berperan membantu berbagai perusahaan dalam mengelola bisnis serta mengembangkan usahanya agar dapat berjalan lebih efektif dan efisien. Luasnya cakupan layanan yang ditawarkan menuntut perusahaan untuk memiliki strategi manajemen keuangan sekaligus strategi bisnis yang tepat, guna memastikan seluruh kegiatan operasional dapat berlangsung secara efektif.

Perkembangan ekonomi DIY menunjukkan pertumbuhan pesat, dengan pertumbuhan ekonomi Triwulan III 2024 mencapai 5,05% dan PDRB sebesar Rp48,64 triliun, didorong oleh sektor jasa, konstruksi, jasa keuangan, dan aktivitas bisnis lainnya (BPS DIY). Kondisi ini mendorong peningkatan kebutuhan perusahaan terhadap layanan profesional, termasuk jasa konsultasi bisnis, manajemen, keuangan, perpajakan, dan pengembangan usaha. (Badan Pusat Statistik DIY, 2024)

Sektor jasa keuangan dan jasa perusahaan di Yogyakarta juga menunjukkan perkembangan positif, dengan pertumbuhan sektor jasa keuangan mencapai 9,08% pada Triwulan II 2024 salah satu yang tertinggi di DIY. Pertumbuhan ini mencerminkan meningkatnya aktivitas usaha dan kebutuhan perusahaan akan layanan profesional, termasuk konsultasi bisnis dan manajemen, sekaligus memicu persaingan yang semakin kompetitif antar perusahaan konsultan bisnis di Yogyakarta, sehingga menuntut strategi manajemen keuangan yang efektif untuk mempertahankan keberlangsungan usaha dan daya saing. (Badan Pusat Statistik DIY, 2024)

Sebagai data pendukung, tingkat persaingan perusahaan konsultan bisnis di Yogyakarta juga dapat dilihat dari keberadaan berbagai perusahaan konsultan yang aktif memberikan layanan profesional dan memiliki penilaian pelanggan pada platform digital seperti Google Review. Data tersebut menunjukkan bahwa perusahaan konsultan bisnis di Yogyakarta cukup beragam dan aktif bersaing dalam kualitas pelayanan kepada pelanggan.

Tabel 1. 1 Data Persaingan Perusahaan Konsultan Bisnis di Yogyakarta

Nama Perusahaan	Bidang Usaha	Rating	Jumlah Review
Kantor Konsultan Bisnis Damirich Group	Konsultan Manajemen Bisnis	5.0	51 review
PT. Heri Pemad Manajemen	Konsultan Manajemen Bisnis	4.8	30 review
ARS Management	Konsultan Manajemen Bisnis	4.8	22 review
Mitra Berdaya Optima	Konsultan Manajemen Bisnis	5.0	54 review
Insmart PT	Konsultan Manajemen Bisnis	4.5	12 review
PPKD Indonesia Consulting Yogyakarta (Sahabat Rumah Sakit Indonesia)	Human Resource Consulting	5.0	1.055 review

Sumber: Data Google Review perusahaan konsultan bisnis di Yogyakarta, diolah peneliti tahun 2026.

Data pada tabel tersebut memperlihatkan bahwa tingkat kompetisi antar perusahaan konsultan bisnis di Yogyakarta tergolong cukup tinggi. Banyaknya jumlah ulasan serta tingginya rating yang diperoleh perusahaan mengindikasikan

bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penentu tingkat kepercayaan dan kepuasan klien. Kondisi ini menuntut perusahaan konsultan bisnis untuk senantiasa menjaga kualitas layanannya sekaligus menyusun strategi manajemen keuangan yang efektif, agar tetap mampu tumbuh dan berkembang di tengah persaingan bisnis jasa yang terus mengalami peningkatan (Laksmi & Zunaidi, 2023).

PT. XYZ menghadapi ketidakstabilan arus kas karena mayoritas pendapatannya bersifat *project-based fee*, bukan retainer bulanan yang rutin. Pencairan dana sangat bergantung pada progres dan jadwal penyelesaian proyek klien, sehingga waktu penerimaannya tidak menentu. Masalah ini memburuk ketika beberapa proyek besar tertunda bersamaan, karena penerimaan kas ikut mundur mengikuti progres proyek. Akibatnya, perusahaan berisiko mengalami *cash flow* negatif jangka pendek dan harus lebih sering menggunakan dana cadangan operasional untuk menutup kebutuhan rutin (gaji, sewa kantor). Jika berulang, kondisi ini dapat mengurangi fleksibilitas keuangan perusahaan untuk mengambil peluang investasi atau pengembangan bisnis baru sehingga dibutuhkan strategi pengelolaan arus kas yang lebih adaptif.

Kajian mengenai strategi manajemen keuangan dan daya saing perusahaan sebenarnya sudah cukup banyak dilakukan, namun mayoritas penelitian tersebut masih terfokus pada perusahaan manufaktur, UMKM, rumah sakit, maupun perusahaan besar lainnya. Sementara itu, penelitian yang secara khusus mengkaji perusahaan jasa konsultan bisnis berbadan hukum PT, terutama di wilayah Yogyakarta, masih relatif terbatas dan belum banyak diulas secara mendalam melalui pendekatan kualitatif. Oleh sebab itu, penelitian ini

dipandang penting untuk dilakukan guna mengungkap strategi manajemen keuangan yang diterapkan oleh PT. XYZ dalam menghadapi persaingan usaha, sekaligus mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam mempertahankan daya saingnya.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian dengan judul "Strategi Manajemen Keuangan Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Studi Kasus Pada Perusahaan Konsultan Bisnis PT. XYZ di Yogyakarta"

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah: bagaimana strategi manajemen keuangan yang diterapkan dalam menghadapi persaingan usaha pada perusahaan konsultan bisnis PT. XYZ di Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah yang telah ditetapkan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi manajemen keuangan yang diterapkan dalam menghadapi persaingan usaha pada perusahaan konsultan bisnis PT. XYZ di Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan mampu memperluas wawasan dan pemahaman penulis terkait penerapan strategi manajemen keuangan dalam dunia usaha jasa

konsultan, sekaligus memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Diploma Akuntansi pada Program Studi DIII Universitas Harkat Negeri.

2. Bagi Perusahaan PT. XYZ

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan bagi perusahaan dalam upaya meningkatkan efektivitas strategi manajemen keuangan guna menghadapi persaingan usaha.

3. Bagi Universitas Harkat Negeri

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya referensi ilmiah, khususnya bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian dengan topik serupa di bidang manajemen keuangan dan bisnis.

1.5 Batasan Masalah

Penelitian ini terdapat batasan sebagai berikut:

1. Fokus Penelitian

Penelitian difokuskan pada strategi manajemen keuangan PT. XYZ dalam menghadapi persaingan usaha di Yogyakarta.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian terbatas pada PT. XYZ sebagai perusahaan jasa konsultan bisnis di Yogyakarta.

3. Lingkup Pembahasan

Penelitian hanya membahas strategi manajemen keuangan yang berkaitan dengan pengelolaan arus kas, strategi perencanaan keuangan, efisiensi biaya, dan pengambilan keputusan keuangan, inovasi layanan pengembangan bisnis dan loyalitas pelanggan dalam mendukung daya saing perusahaan.

1.6 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir pada penelitian ini menggambarkan alur penelitian mengenai strategi manajemen keuangan dalam menghadapi persaingan usaha pada perusahaan konsultan bisnis PT. XYZ di Yogyakarta. Kerangka berpikir disusun berdasarkan kondisi empiris perusahaan, teori manajemen keuangan, serta penelitian terdahulu yang relevan. Alur penelitian dimulai dari identifikasi permasalahan yang terjadi di perusahaan, dilanjutkan dengan strategi pemecahan masalah, perumusan masalah penelitian, analisis data, hingga penarikan kesimpulan penelitian.

1. Permasalahan

Permasalahan dalam penelitian ini berawal dari semakin meningkatnya persaingan usaha pada perusahaan jasa konsultan bisnis di Yogyakarta. Banyaknya perusahaan konsultan yang menawarkan layanan serupa menyebabkan perusahaan dituntut untuk memiliki strategi manajemen keuangan yang efektif agar mampu mempertahankan daya saing usaha dan menjaga keberlangsungan perusahaan.

Hasil observasi awal yang dilakukan pada PT. XYZ menunjukkan adanya beberapa permasalahan terkait strategi manajemen keuangan perusahaan dalam menghadapi persaingan usaha. Permasalahan tersebut antara lain semakin ketatnya persaingan antar perusahaan konsultan bisnis, perlunya perencanaan dan pengelolaan keuangan yang lebih optimal, serta pentingnya strategi pengembangan bisnis dan inovasi layanan guna meningkatkan daya saing perusahaan. Perusahaan juga menghadapi tantangan dalam menjaga stabilitas arus kas, efisiensi biaya operasional, dan

kualitas pelayanan di tengah perkembangan teknologi digital dan perubahan kebutuhan pasar, sehingga memerlukan strategi manajemen keuangan yang tepat.

2. Strategi Pemecahan Masalah

Untuk mengatasi permasalahan tersebut diperlukan strategi manajemen keuangan yang mampu mendukung keberlangsungan usaha perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis. Strategi yang dilakukan meliputi pengelolaan arus kas secara efektif, perencanaan keuangan perusahaan, efisiensi biaya operasional, pengembangan layanan bisnis, peningkatan kualitas pelayanan, serta penguatan strategi bisnis perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara dan dokumentasi untuk memahami secara mendalam strategi manajemen keuangan perusahaan serta kendala dalam penerapannya.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi, penelitian ini difokuskan pada dua rumusan masalah utama, yaitu bagaimana strategi manajemen keuangan untuk menghadapi persaingan bisnis pada PT.XYZ.

4. Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif melalui model analisis interaktif. Data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder yang diperoleh melalui metode wawancara dan dokumentasi.

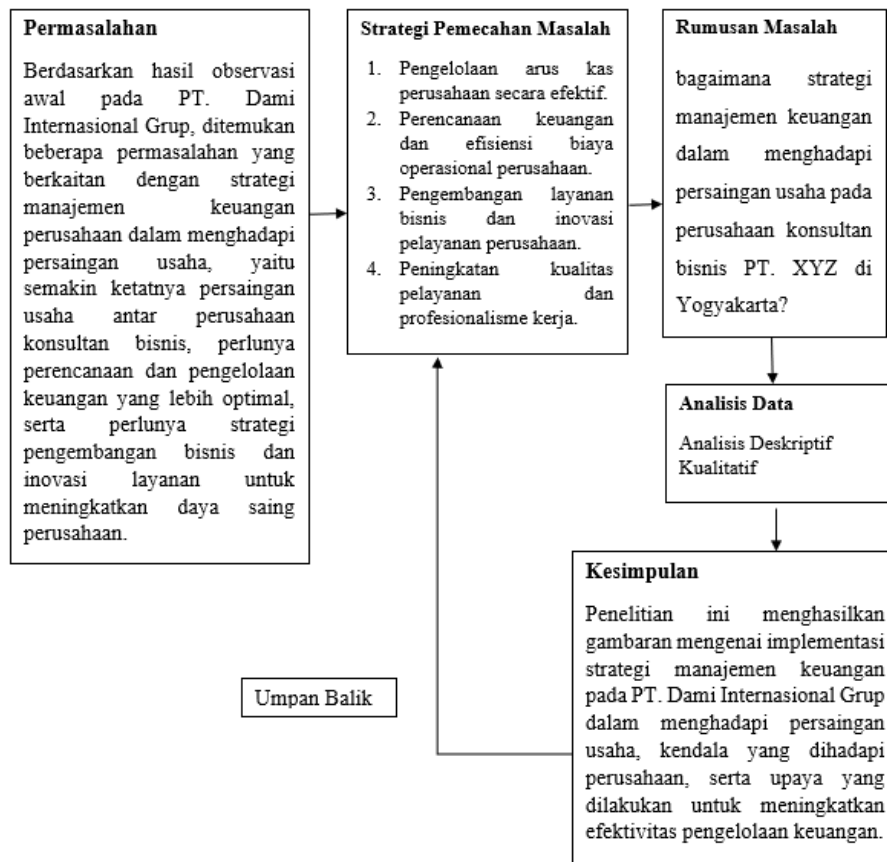
Proses analisis data meliputi tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Pada tahap

reduksi data, peneliti memilih data-data yang relevan dengan fokus penelitian, yaitu strategi manajemen keuangan perusahaan. Selanjutnya, data disajikan secara sistematis dalam bentuk uraian naratif agar memudahkan peneliti dalam memahami penerapan strategi manajemen keuangan yang dilakukan oleh PT. XYZ.

5. Kesimpulan

Kesimpulan Kesimpulan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai penerapan strategi manajemen keuangan pada PT. XYZ dalam menghadapi persaingan usaha di Yogyakarta. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan mampu mengidentifikasi berbagai kendala yang dihadapi perusahaan dalam menerapkan strategi manajemen keuangan, serta menguraikan upaya-upaya yang dilakukan perusahaan guna meningkatkan daya saing usahanya.

Secara sistematis, kerangka berpikir penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Alur Kerangka Berpikir Penelitian

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan tugas akhir ini, disusun suatu sistematika penulisan yang bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai isi dan alur pembahasan, sehingga memudahkan dalam memahami keseluruhan isi penelitian. Adapun sistematika penulisan tugas akhir ini disajikan sebagai berikut.

1. Bagian Awal

Bagian awal mencakup beberapa komponen, di antaranya halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman pernyataan

keaslian Tugas Akhir (TA), halaman pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah untuk kepentingan akademis, halaman persembahan, halaman motto, kata pengantar, intisari atau abstrak, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, serta daftar lampiran. Keberadaan bagian ini bertujuan untuk mempermudah pembaca dalam menemukan dan mengakses bagian-bagian penting dalam tugas akhir secara lebih cepat dan terstruktur.

2. Bagian isi terdiri dari lima bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi penjelasan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, kerangka berpikir, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat berbagai teori yang menjadi landasan dan acuan dalam pelaksanaan penelitian. Teori-teori tersebut digunakan sebagai dasar berpikir untuk menganalisis permasalahan yang diteliti sekaligus memperkuat pembahasan dalam penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan mengenai lokasi dan waktu penelitian, metode penelitian yang digunakan, teknik pengumpulan data, jenis serta sumber data penelitian, dan metode analisis data yang diterapkan untuk menjawab rumusan masalah.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian yang telah diperoleh beserta pembahasannya secara mendalam, sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi ringkasan hasil penelitian yang menggambarkan temuan-temuan utama, serta memuat saran yang diajukan peneliti bagi pihak-pihak terkait agar hasil penelitian dapat memberikan manfaat, baik bagi instansi maupun perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Bagian ini mencantumkan seluruh sumber referensi, baik berupa buku, jurnal, maupun literatur lain yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian. Sementara itu, lampiran memuat data pendukung dan dokumen tambahan yang melengkapi keseluruhan hasil penelitian. Bagian Akhir

3. Bagian akhir

Berisi lampiran yang mendukung penelitian, seperti dokumentasi, kartu bimbingan, serta data pendukung lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian atas Manajemen Keuangan

2.1.1 Pengertian Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan merupakan salah satu bagian penting dalam pengelolaan perusahaan karena berkaitan langsung dengan proses perencanaan, pengelolaan, pengawasan, dan pengendalian dana perusahaan untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Dalam praktiknya, manajemen keuangan tidak hanya berfokus pada bagaimana perusahaan memperoleh keuntungan, tetapi juga bagaimana perusahaan mampu menjaga stabilitas keuangan dan mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Menurut Nurhasanah et al. (2025), manajemen keuangan adalah proses pengelolaan dana perusahaan yang dilakukan melalui kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap penggunaan sumber daya keuangan agar dapat mencapai tujuan perusahaan secara optimal.

Dalam perkembangan dunia bisnis modern, manajemen keuangan menjadi bagian strategis yang mendukung daya saing perusahaan. Perusahaan dituntut mampu menyesuaikan kebijakan keuangan dengan kondisi pasar, perubahan teknologi, serta dinamika persaingan usaha. Hal tersebut menunjukkan bahwa manajemen keuangan bukan hanya sekadar aktivitas administratif, melainkan juga menjadi alat pengambilan keputusan strategis perusahaan. Purwanda dan Muawanah (2025) menyatakan bahwa strategi keuangan yang baik dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan dan

memberikan pengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan secara keseluruhan.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa manajemen keuangan merupakan proses pengelolaan sumber daya keuangan perusahaan yang meliputi kegiatan perencanaan, penganggaran, pengendalian, dan pengambilan keputusan keuangan untuk mencapai tujuan perusahaan secara efektif, efisien, dan berkelanjutan.

2.1.2 Tujuan Manajemen Keuangan

Tujuan utama manajemen keuangan adalah membantu perusahaan mencapai kondisi keuangan yang stabil dan mampu menghasilkan keuntungan secara optimal. Dalam dunia usaha, pengelolaan keuangan yang baik sangat diperlukan agar perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan operasional dan meningkatkan daya saing di tengah perubahan lingkungan bisnis. Oleh karena itu, manajemen keuangan memiliki tujuan yang berkaitan dengan peningkatan nilai perusahaan, profitabilitas, likuiditas, serta efisiensi penggunaan dana perusahaan. Menurut Purwanda dan Muawanah (2025), strategi pengelolaan keuangan yang tepat dapat meningkatkan profitabilitas dan memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan dalam jangka panjang.

Tujuan selanjutnya adalah menjaga likuiditas perusahaan. Likuiditas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya, seperti pembayaran utang, biaya operasional, dan kebutuhan lainnya. Wibisono dan Lisdiono (2024) menyatakan bahwa resiliensi keuangan perusahaan dapat tercapai apabila perusahaan mampu menjaga

keseimbangan antara pengelolaan pendapatan, biaya operasional, dan strategi bisnis yang diterapkan.

2.1.3 Fungsi Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan memiliki beberapa fungsi utama yang mendukung kegiatan operasional perusahaan agar berjalan secara efektif dan efisien. Fungsi-fungsi tersebut menjadi dasar dalam pengambilan keputusan keuangan yang berkaitan dengan penggunaan dana, pengawasan keuangan, serta pengembangan strategi perusahaan.

1. Fungsi pertama adalah perencanaan keuangan. Perencanaan keuangan dilakukan untuk menentukan kebutuhan dana perusahaan serta menyusun strategi penggunaan dana secara efektif. Melalui perencanaan yang baik, perusahaan dapat memprediksi kebutuhan operasional, investasi, dan pengembangan usaha di masa mendatang. Faizi dan Sofa (2025) menyatakan bahwa strategi manajemen keuangan yang tepat dapat membantu perusahaan jasa konsultan mempertahankan stabilitas usaha dan menghadapi tekanan persaingan bisnis secara lebih efektif.
2. Fungsi kedua adalah penganggaran. Penganggaran merupakan proses penyusunan alokasi dana perusahaan untuk berbagai kegiatan operasional dan pengembangan bisnis. Penganggaran membantu perusahaan mengontrol pengeluaran agar tetap sesuai dengan tujuan dan kemampuan keuangan perusahaan. Dengan adanya penganggaran yang baik, perusahaan dapat meminimalkan pemborosan biaya dan meningkatkan efisiensi penggunaan dana.

3. Fungsi ketiga yaitu manajemen keuangan memiliki fungsi dalam pengambilan keputusan investasi dan pendanaan. Keputusan investasi berkaitan dengan penggunaan dana perusahaan untuk kegiatan yang dapat memberikan keuntungan di masa depan, sedangkan keputusan pendanaan berkaitan dengan sumber dana yang digunakan perusahaan untuk membiayai kegiatan operasional maupun investasi. Pengambilan keputusan yang tepat akan membantu perusahaan memperoleh keuntungan optimal dan menjaga keseimbangan keuangan perusahaan dalam jangka panjang.

2.1.4 Ruang Lingkup Manajemen Keuangan

Ruang lingkup manajemen keuangan mencakup seluruh aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan pengelolaan dana dan pengambilan keputusan keuangan. Aktivitas tersebut dilakukan untuk memastikan bahwa perusahaan mampu menjalankan operasional secara efektif, memperoleh keuntungan, dan mempertahankan keberlangsungan usaha. Kusuma et al. (2024) menjelaskan bahwa manajemen bisnis dan keuangan memiliki keterkaitan erat dalam mendukung efektivitas strategi perusahaan serta meningkatkan daya saing usaha.

Keputusan investasi merupakan salah satu ruang lingkup utama manajemen keuangan yang berkaitan dengan penempatan dana pada aset atau kegiatan yang memberikan keuntungan di masa depan pada perusahaan konsultan bisnis, dapat berupa pengembangan teknologi, peningkatan kualitas SDM, maupun pengembangan sistem layanan. Park et al. (2021) menjelaskan bahwa efisiensi operasional perusahaan konsultan dipengaruhi

oleh kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya dan investasi secara efektif untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan klien.

2.2 Strategi Manajemen Keuangan

2.2.1 Pengertian Strategi Manajemen Keuangan

Strategi manajemen keuangan merupakan serangkaian perencanaan dan kebijakan yang disusun perusahaan untuk mengelola sumber daya keuangan secara efektif dan efisien guna mencapai tujuan perusahaan dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Pada perusahaan konsultan bisnis, strategi manajemen keuangan memiliki keterkaitan erat dengan efektivitas operasional perusahaan. Pengelolaan biaya operasional, pengembangan layanan konsultasi, serta pemanfaatan teknologi digital memerlukan perencanaan keuangan yang matang agar perusahaan dapat tetap kompetitif. Selain itu, strategi keuangan juga berfungsi sebagai dasar dalam menentukan arah kebijakan perusahaan, terutama dalam menghadapi perubahan kebutuhan pasar dan tuntutan pelanggan yang semakin dinamis (Lee, 2021).

Dalam praktiknya, strategi manajemen keuangan harus mendukung pencapaian tujuan perusahaan melalui pengalokasian sumber daya secara optimal mencakup perolehan, penggunaan, dan pengawasan dana agar tetap efisien. Dengan demikian, strategi manajemen keuangan tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada keberlanjutan usaha dan kemampuan menghadapi persaingan bisnis yang terus berkembang (Kusuma et al., 2024).

2.2.2 Jenis-Jenis Strategi Keuangan

a. Strategi Efisiensi Biaya

Menurut (Faizi & Sofa, 2025), strategi efisiensi biaya merupakan strategi yang dilakukan perusahaan untuk mengurangi pengeluaran yang tidak diperlukan tanpa mengurangi kualitas layanan atau produk yang diberikan kepada pelanggan. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi operasional sehingga perusahaan mampu memperoleh keuntungan yang lebih optimal. Dalam perusahaan konsultan bisnis, efisiensi biaya dapat dilakukan melalui pengendalian biaya operasional, pemanfaatan teknologi digital, serta pengelolaan sumber daya manusia yang lebih efektif. Efisiensi biaya menjadi penting karena perusahaan jasa sangat bergantung pada kualitas pelayanan dan produktivitas tenaga kerja

b. Strategi Peningkatan Pendapatan

Menurut (Tavoletti et al., 2021) Strategi peningkatan pendapatan dilakukan perusahaan dengan tujuan meningkatkan pemasukan melalui pengembangan layanan, perluasan pasar, maupun inovasi bisnis. Dalam perusahaan konsultan bisnis, strategi ini dapat dilakukan dengan memperluas jenis layanan konsultasi, meningkatkan kualitas pelayanan kepada klien, serta memanfaatkan teknologi digital dalam proses pemasaran dan pelayanan bisnis. Pendapatan yang meningkat akan memberikan dampak positif terhadap kemampuan perusahaan dalam memperkuat kondisi keuangan dan memperluas kegiatan usaha.

Selain itu, strategi peningkatan pendapatan juga berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam memahami kebutuhan pasar dan menciptakan nilai tambah bagi pelanggan. Perusahaan yang mampu memberikan layanan berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan klien

cenderung memiliki loyalitas pelanggan yang lebih tinggi. Hal tersebut dapat membantu perusahaan memperoleh keuntungan yang berkelanjutan dan meningkatkan posisi perusahaan di tengah persaingan usaha (Widiyanto, 2024)

c. Strategi Pengelolaan Arus Kas

Menurut (Nurhasanah et al., 2025), pengelolaan arus kas merupakan strategi yang dilakukan perusahaan untuk menjaga keseimbangan antara pemasukan dan pengeluaran dana perusahaan. Arus kas yang stabil sangat penting bagi perusahaan jasa karena sebagian besar kegiatan operasional perusahaan bergantung pada kelancaran pembayaran dari klien. Strategi pengelolaan arus kas dapat dilakukan dengan mempercepat proses penagihan piutang, mengatur jadwal pembayaran kewajiban perusahaan, serta melakukan perencanaan keuangan secara berkala.

Arus kas yang dikelola dengan baik akan membantu perusahaan dalam menjaga likuiditas dan mengurangi risiko kesulitan keuangan. Sebaliknya, arus kas yang tidak stabil dapat menghambat operasional perusahaan dan mempengaruhi kualitas layanan kepada pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan pengawasan secara rutin terhadap kondisi arus kas agar aktivitas operasional perusahaan tetap berjalan dengan baik dan stabil (Zai, 2023)

d. Strategi Investasi Aset

Menurut (Astuti et al., 2023), Strategi investasi aset merupakan strategi perusahaan dalam mengalokasikan dana untuk aset yang dapat mendukung perkembangan dan keberlangsungan usaha. Investasi aset tidak hanya berupa aset fisik, tetapi juga investasi pada teknologi, pengembangan sumber daya manusia, serta sistem informasi perusahaan. Dalam perusahaan konsultan bisnis, investasi pada teknologi digital menjadi salah satu langkah penting untuk meningkatkan efektivitas pelayanan dan efisiensi operasional perusahaan.

Investasi aset yang tepat dapat memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan karena mampu meningkatkan produktivitas dan kualitas layanan perusahaan. Namun, perusahaan juga perlu mempertimbangkan risiko investasi agar keputusan yang diambil tetap sesuai dengan kemampuan keuangan perusahaan. Dengan strategi investasi yang tepat, perusahaan dapat meningkatkan daya saing dan memperkuat posisi perusahaan di pasar bisnis yang kompetitif (Park et al., 2021).

2.3 Konsep Persaingan Usaha

2.3.1 Pengertian Persaingan Usaha

Persaingan usaha merupakan kondisi ketika beberapa perusahaan berupaya memperoleh pasar, pelanggan, dan keuntungan melalui berbagai strategi bisnis yang dimiliki. Persaingan usaha terjadi karena setiap perusahaan memiliki tujuan untuk mempertahankan keberlangsungan bisnis serta meningkatkan posisi perusahaan di tengah perkembangan pasar yang terus berubah. Dalam dunia bisnis modern, persaingan tidak hanya terjadi

pada harga produk atau jasa, tetapi juga pada kualitas layanan, inovasi, teknologi, serta kemampuan perusahaan dalam memahami kebutuhan konsumen. Persaingan usaha yang sehat dapat mendorong perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas dan efisiensi operasional agar mampu bertahan dalam pasar yang kompetitif (Lathifah et al., 2024).

2.3.2 Bentuk-Bentuk Persaingan Usaha

a. Persaingan Harga

Persaingan harga merupakan bentuk persaingan yang dilakukan perusahaan dengan menawarkan harga produk atau jasa yang lebih kompetitif dibandingkan pesaing. Strategi ini biasanya digunakan untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan jumlah pelanggan. Dalam perusahaan jasa konsultan bisnis, persaingan harga dapat dilakukan melalui penawaran biaya konsultasi yang lebih fleksibel atau paket layanan yang lebih terjangkau sesuai kebutuhan klien. Namun, perusahaan tetap harus menjaga kualitas layanan agar penurunan harga tidak berdampak pada kepuasan pelanggan dan citra perusahaan (Faizi & Sofa, 2025).

b. Persaingan Kualitas Layanan

Kualitas layanan menjadi salah satu bentuk persaingan yang paling penting dalam perusahaan jasa, termasuk perusahaan konsultan bisnis. Persaingan ini terjadi ketika perusahaan berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan melalui profesionalisme, ketepatan solusi, kecepatan pelayanan, dan kemampuan memahami kebutuhan klien. Semakin baik kualitas layanan yang diberikan, maka semakin tinggi

tingkat kepuasan dan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan (Lee, 2021). Dalam perusahaan konsultan bisnis, kualitas layanan sangat menentukan keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan klien dan memperoleh proyek baru. Klien cenderung memilih perusahaan yang mampu memberikan solusi bisnis yang tepat, komunikatif, dan memiliki tenaga ahli yang kompeten.

c. Persaingan Inovasi

Persaingan inovasi merupakan bentuk persaingan yang dilakukan perusahaan melalui penciptaan ide, metode, maupun layanan baru yang lebih efektif dan sesuai dengan perkembangan kebutuhan pasar. Pada perusahaan konsultan bisnis, inovasi dapat dilakukan melalui pengembangan layanan berbasis digital, penggunaan teknologi dalam analisis bisnis, maupun penyediaan sistem konsultasi yang lebih fleksibel dan efisien. Inovasi juga membantu perusahaan dalam menciptakan nilai tambah bagi pelanggan sehingga perusahaan tidak hanya bersaing dari sisi harga, tetapi juga dari kualitas solusi yang diberikan kepada klien (Astuti et al., 2023).

d. Persaingan Pemasaran

Persaingan pemasaran merupakan upaya perusahaan dalam menarik perhatian pelanggan melalui strategi promosi dan komunikasi bisnis yang efektif. Perusahaan perlu membangun citra yang baik dan memperluas jangkauan pasar agar mampu dikenal oleh masyarakat maupun calon pelanggan. Strategi pemasaran yang efektif dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan serta memperkuat posisi

perusahaan di pasar. Selain itu, pemasaran yang baik juga membantu perusahaan dalam membangun hubungan jangka panjang dengan klien dan memperluas jaringan bisnis secara berkelanjutan (Widiyanto, 2024).

2.3.3 Faktor yang Mempengaruhi Persaingan Usaha

a. Kondisi Pasar

Kondisi pasar merupakan faktor utama yang mempengaruhi tingkat persaingan usaha. Perubahan permintaan pelanggan, perkembangan ekonomi, serta kondisi industri dapat mempengaruhi strategi yang diterapkan perusahaan. Ketika kondisi pasar semakin kompetitif, perusahaan dituntut untuk lebih adaptif dalam menghadapi perubahan kebutuhan konsumen dan perkembangan bisnis agar tetap mampu bertahan di pasar (Laksmi & Zunaidi, 2023).

b. Teknologi

Perkembangan teknologi memberikan pengaruh besar terhadap persaingan usaha karena teknologi mampu meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas akses pasar perusahaan. Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan perusahaan untuk memberikan layanan yang lebih cepat, efektif, dan mudah dijangkau oleh pelanggan. Dalam perusahaan konsultan bisnis, teknologi digunakan untuk mendukung proses analisis data, komunikasi dengan klien, serta pengembangan layanan konsultasi berbasis digital (Tavoletti et al., 2021).

c. Jumlah Pesaing

Jumlah pesaing dalam suatu industri juga mempengaruhi tingkat persaingan usaha. Semakin banyak perusahaan yang bergerak pada bidang usaha yang sama, maka persaingan akan semakin tinggi. Dalam perusahaan konsultan bisnis, meningkatnya jumlah perusahaan jasa konsultasi menyebabkan perusahaan harus memiliki strategi yang lebih inovatif dan kompetitif agar mampu mempertahankan keberlangsungan usaha (Lathifah et al., 2024).

2.3.4 Strategi Menghadapi Persaingan Usaha

a. Diferensiasi Layanan

Menurut (Widiyanto, 2024), Diferensiasi layanan merupakan strategi yang dilakukan perusahaan dengan memberikan layanan yang memiliki keunikan dan nilai tambah dibandingkan pesaing. Dalam perusahaan konsultan bisnis, diferensiasi dapat dilakukan melalui spesialisasi layanan, kualitas konsultasi, maupun pendekatan pelayanan yang lebih personal kepada klien. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik perusahaan di mata pelanggan serta membangun loyalitas klien dalam jangka panjang.

b. Efisiensi Biaya

Efisiensi biaya menjadi strategi penting dalam menghadapi persaingan usaha karena perusahaan perlu menjaga keseimbangan antara pengeluaran dan keuntungan yang diperoleh. Pengelolaan biaya operasional yang efektif dapat membantu perusahaan mempertahankan stabilitas keuangan tanpa mengurangi kualitas layanan kepada pelanggan. Perusahaan yang mampu melakukan efisiensi biaya dengan baik akan

memiliki fleksibilitas yang lebih besar dalam menghadapi tekanan persaingan pasar (Faizi & Sofa, 2025).

c. Peningkatan Kualitas SDM

Menurut (Fakhrudin et al., 2021), Sumber daya manusia merupakan aset utama dalam perusahaan jasa konsultan bisnis karena kualitas layanan sangat bergantung pada kompetensi tenaga kerja yang dimiliki perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu meningkatkan kemampuan dan profesionalisme karyawan melalui pelatihan, pengembangan keterampilan, serta peningkatan kualitas kerja tim. SDM yang berkualitas akan membantu perusahaan dalam memberikan solusi yang tepat dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

d. Inovasi Layanan Konsultan

Inovasi layanan menjadi strategi penting agar perusahaan mampu menyesuaikan diri terhadap perkembangan kebutuhan pasar dan perubahan teknologi. Perusahaan konsultan bisnis perlu menciptakan layanan yang lebih modern, fleksibel, dan efektif agar mampu memberikan nilai tambah kepada pelanggan. Inovasi juga dapat membantu perusahaan dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya saing di tengah persaingan usaha yang semakin kompleks (Park et al., 2021).

2.4 Perusahaan Jasa Konsultan Bisnis

2.4.1 Pengertian Perusahaan Konsultan Bisnis

Perusahaan jasa konsultan bisnis merupakan perusahaan yang memberikan jasa profesional kepada klien untuk membantu menyelesaikan permasalahan bisnis terkait manajemen, keuangan, pemasaran, SDM, maupun pengembangan strategi. Konsultan bisnis berperan sebagai pihak independen yang memberikan analisis, rekomendasi, dan solusi, serta turut membantu proses implementasi strategi agar tujuan perusahaan klien tercapai secara efektif dan efisien (Widiyanto, 2024).

2.4.2 Sumber Pendapatan Perusahaan Konsultan

a. *Fee* Proyek

Salah satu sumber pendapatan utama perusahaan konsultan bisnis berasal dari *fee* proyek. Pendapatan ini diperoleh berdasarkan proyek tertentu yang dikerjakan sesuai kesepakatan antara konsultan dan klien. Nilai *fee* biasanya ditentukan berdasarkan tingkat kompleksitas pekerjaan, jangka waktu proyek, jumlah tenaga ahli yang terlibat, serta target yang ingin dicapai oleh klien. Sistem *fee* proyek banyak digunakan dalam konsultasi manajemen, penyusunan strategi bisnis, audit internal, maupun pengembangan organisasi (Astuti et al., 2023).

b. *Retainer Fee*

Retainer fee merupakan sistem pembayaran yang dilakukan secara rutin oleh klien kepada perusahaan konsultan dalam periode tertentu, misalnya bulanan atau tahunan. Sistem ini digunakan ketika perusahaan klien membutuhkan layanan konsultasi secara berkelanjutan. Melalui *retainer fee*, perusahaan konsultan memperoleh pendapatan yang lebih stabil karena adanya kontrak kerja sama jangka panjang dengan klien.

Selain memberikan keuntungan finansial, sistem ini juga membantu perusahaan konsultan menjaga hubungan profesional yang lebih erat dengan klien (Faizi & Sofa, 2025).

2.4.3 Tantangan dalam Industri Konsultan Bisnis

a. Persaingan yang Semakin Ketat

Industri konsultasi bisnis saat ini menghadapi tingkat persaingan yang tinggi seiring bertambahnya jumlah perusahaan konsultan dan meningkatnya kebutuhan pasar terhadap jasa profesional. Persaingan tidak hanya terjadi pada aspek harga, tetapi juga kualitas layanan, inovasi strategi, pemanfaatan teknologi, dan kemampuan membangun hubungan dengan klien. Kondisi tersebut menuntut perusahaan konsultan untuk terus meningkatkan kualitas layanan agar mampu mempertahankan daya saing di pasar (Laksmi & Zunaidi, 2023)

b. Fluktuasi Klien

Perusahaan konsultan bisnis memiliki tingkat ketergantungan yang cukup tinggi terhadap jumlah proyek dan klien yang diperoleh. Ketika kondisi ekonomi mengalami penurunan atau perusahaan klien melakukan pengurangan anggaran, permintaan terhadap jasa konsultasi dapat mengalami penurunan. Fluktuasi jumlah klien tersebut menyebabkan pendapatan perusahaan konsultan menjadi tidak selalu stabil, sehingga diperlukan strategi pengelolaan keuangan yang baik untuk menjaga keberlangsungan usaha (Faizi & Sofa, 2025).

c. Efisiensi Operasional

Perusahaan konsultan juga menghadapi tantangan dalam menjaga efisiensi operasional, terutama terkait pengelolaan biaya sumber daya manusia, teknologi, dan operasional proyek. Penggunaan teknologi digital, sistem manajemen proyek, serta pengelolaan sumber daya yang efektif menjadi faktor penting dalam meningkatkan efisiensi perusahaan. Efisiensi operasional yang baik akan membantu perusahaan konsultan meningkatkan profitabilitas dan mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah persaingan bisnis yang semakin dinamis (Park et al., 2021).

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai bahan referensi dan pembandingan untuk memperkuat pembahasan mengenai strategi manajemen keuangan dalam menghadapi persaingan usaha pada PT. XYZ. Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa strategi manajemen keuangan berperan penting dalam meningkatkan daya saing dan keberlangsungan perusahaan, dengan faktor pendukung seperti pengelolaan risiko, inovasi bisnis, tata kelola perusahaan, pengembangan SDM, serta kemampuan adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Adapun ringkasan penelitian terdahulu yang relevan disajikan sebagai berikut :

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama & Tahun, Judul Penelitian	Metode dan Teori Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian
1.	Faizi, A. N., & Sofa, D. M. (2025). Strategi manajemen keuangan dalam menghadapi perang dagang: Studi kasus pada perusahaan jasa konsultan manajemen sumber daya manusia di Surakarta. Nusantara Entrepreneurship and Management Review, 3(2), 62–68.	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan kajian pustaka. Penelitian berfokus pada strategi manajemen keuangan perusahaan jasa konsultan MSDM dalam menghadapi dampak perang dagang global. Teori yang digunakan berkaitan dengan manajemen keuangan, mitigasi risiko, pengelolaan kas, dan strategi adaptasi bisnis dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi global.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perang dagang global memberikan dampak signifikan terhadap kondisi keuangan perusahaan jasa konsultasi, terutama pada peningkatan biaya operasional dan ketidakstabilan permintaan pasar. Perusahaan dituntut menerapkan strategi pengelolaan keuangan yang adaptif seperti efisiensi pengeluaran, diversifikasi pendapatan, pengelolaan arus kas yang baik, dan penguatan manajemen risiko agar mampu mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah ketidakpastian ekonomi.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada fokus pembahasan mengenai strategi manajemen keuangan pada perusahaan jasa konsultasi serta penggunaan pendekatan kualitatif.
2.	Wibisono, F. J., & Lisdiono, P. (2024). Analisis penerapan strategi bisnis untuk mencapai resiliensi keuangan: Studi kasus di Klinik Utama XYZ. Owner: Riset & Jurnal	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Analisis dilakukan menggunakan teori manajemen strategis dan analisis SWOT untuk	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketidakefektifan strategi bisnis disebabkan oleh lemahnya proses formulasi strategi, kurangnya analisis faktor internal dan eksternal, serta belum optimalnya implementasi strategi perusahaan. Penelitian ini juga menghasilkan rekomendasi strategi berupa evaluasi	Persamaan penelitian terletak pada pembahasan strategi bisnis dan pengelolaan keuangan perusahaan dalam menghadapi persaingan usaha serta penggunaan metode kualitatif.

	Akuntansi, 8(3), 3091–3105.	mengevaluasi strategi bisnis dalam meningkatkan resiliensi keuangan perusahaan pasca pandemi.	kinerja, manajemen risiko, pemasaran digital, dan penguatan kerja sama internal maupun eksternal untuk meningkatkan resiliensi keuangan perusahaan.	
3.	Purwanda, G., & Muawanah, U. (2025). Strategi keuangan, corporate governance, dan nilai perusahaan: Peran mediasi profitabilitas. Akuntansi dan Teknologi Informasi, 18(1), 93–111.	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik path analysis. Teori yang digunakan adalah Agency Theory yang membahas hubungan antara pemegang saham dan manajemen perusahaan dalam pengambilan keputusan keuangan dan tata kelola perusahaan.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi keuangan yang meliputi pengelolaan modal kerja dan struktur modal memiliki pengaruh terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan. Corporate governance juga berpengaruh terhadap efektivitas pengelolaan perusahaan dan meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan.	Persamaan penelitian terletak pada pembahasan strategi keuangan dan pengelolaan perusahaan untuk meningkatkan kinerja perusahaan.
4.	Zai, R. C. N. (2023). Manajemen Strategi dan Kinerja Keuangan Untuk Mencapai Stabilitas PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk Tahun 2021–2023. Jurnal Sistem Informasi, Akuntansi dan Manajemen, 4(3), 321–331.	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis laporan keuangan perusahaan. Teori yang digunakan berkaitan dengan manajemen strategi, inovasi produk, analisis rasio keuangan, dan stabilitas perusahaan.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi inovasi produk, diversifikasi usaha, serta pengelolaan keuangan yang baik mampu meningkatkan stabilitas perusahaan di tengah persaingan industri yang ketat. Rasio likuiditas, solvabilitas, dan profitabilitas perusahaan menunjukkan kondisi keuangan yang stabil.	Persamaan penelitian terletak pada pembahasan strategi perusahaan dan pengelolaan keuangan dalam menghadapi persaingan usaha.
5.	Laksmi, A. P., & Zunaiddi, R. A. (2023).	Penelitian ini menggunakan metode	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi peningkatan daya	Persamaan penelitian terletak pada pembahasan strategi perusahaan dalam

Organizational Strategy Analysis to Increase Competitiveness Using SWOT and QSPM Methods at U.D. Garuda Jaya. Jurnal Bisnis dan Manajemen, 10(1), 45–54.	deskriptif dengan analisis SWOT, Porter Matrix, dan QSPM untuk merumuskan strategi peningkatan daya saing perusahaan.	saing perusahaan dapat dilakukan melalui perbaikan struktur organisasi, peningkatan kreativitas karyawan, serta pengembangan kualitas sumber daya manusia melalui pelatihan dan pemanfaatan teknologi.	meningkatkan daya saing usaha.
--	---	--	--------------------------------
