

## **Strategi Mitigasi Risiko pada UMKM: Analisis Komparatif antara Pempek Bege dan Cuanki Spicy di Kota Medan**

**Astri Wulan Dari**  
**Bartolomeus J.Situmorang**  
**Fatiha Keysa Alea Zailani**  
**Muhammad Rizal**

Universitas Negeri Medan

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui risiko bisnis serta analisis manajemen risiko pada dua UMKM di Kota Medan, yaitu Pempek Bege dan Cuanki Spicy. Latar belakang penelitian didasari oleh pentingnya peran UMKM dalam perekonomian nasional, khususnya dalam penyerapan tenaga kerja dan peningkatan produk domestik bruto. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada UMKM Pempek Bege, risiko yang dihadapi meliputi risiko keuangan, risiko produk, dan risiko pasar, dengan kelemahan utama berupa keterbatasan modal dan kurangnya inovasi. Sedangkan pada UMKM Cuanki Spicy, risiko terbesar terletak pada risiko produk, diikuti oleh risiko keuangan dan risiko pemasaran, seperti keterbatasan modal, produk cepat basi, serta kurangnya promosi. Pengelolaan risiko yang dilakukan kedua UMKM meliputi strategi penghindaran, penahanan, dan diversifikasi risiko, termasuk penyusunan prosedur standar operasional (SOP) dan peningkatan promosi daring. Secara umum, penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan manajemen risiko yang baik dapat membantu UMKM meminimalisir kerugian dan menjaga keberlangsungan usaha di tengah tantangan ekonomi yang dinamis.

**Kata kunci:** Manajemen Risiko, UMKM, Pempek Bege, Cuanki Spicy, Risiko Usaha.

## **ABSTRACT**

This study aims to identify business risks and analyze risk management practices in two micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Medan City, namely Pempek Bege and Cuanki Spicy. The background of this research lies in the significant role of MSMEs in the national economy, particularly in employment absorption and contribution to the gross domestic product. The research method used is descriptive qualitative, with data collected through interviews, observations, and documentation studies. The results indicate that Pempek Bege faces several business risks, including financial, product, and market risks, with main weaknesses such as limited capital and lack of innovation. Meanwhile, Cuanki Spicy's major risks lie in product-related issues, followed by financial and marketing risks, such as limited funding, perishable products, and insufficient promotion. The risk management strategies applied by both MSMEs include avoidance, retention, and diversification, such as developing standard operating procedures (SOPs) and enhancing online marketing. Overall, this research concludes that proper risk management implementation helps MSMEs minimize potential losses and maintain business sustainability amid dynamic economic challenges.

**Keywords:** Risk Management, MSMEs, Pempek Bege, Cuanki Spicy, Business Risk.

## **LATAR BELAKANG**

Dalam konteks pembangunan ekonomi nasional, sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan yang sangat penting dan strategis dalam memperkuat struktur ekonomi rakyat. UMKM tidak hanya berkontribusi pada peningkatan penyerapan tenaga kerja, tetapi juga berperan besar dalam menciptakan pemerataan pendapatan, memperluas kesempatan berusaha, serta menjaga stabilitas ekonomi nasional. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2019 jumlah UMKM di Indonesia diperkirakan mencapai 59,97 juta unit dengan kemampuan menyerap tenaga kerja hingga lebih dari 132,3 juta orang atau sekitar 5,9% dari total angkatan kerja nasional. Angka ini menunjukkan bahwa UMKM merupakan sektor yang paling dominan dalam menyediakan lapangan pekerjaan di Indonesia.

Selain sebagai penyerap tenaga kerja, UMKM juga memiliki kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Data dari Kementerian Perindustrian menunjukkan bahwa selama lima tahun terakhir, kontribusi UMKM terhadap PDB nasional meningkat dari 57,84% menjadi 60,34%. Peningkatan ini menggambarkan bahwa sektor UMKM memiliki peranan yang sangat vital dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional, terutama karena UMKM dapat tumbuh dengan modal terbatas namun mampu menciptakan banyak unit usaha baru yang produktif. Hal ini membuktikan bahwa UMKM menjadi motor penggerak ekonomi rakyat yang efektif dalam memperkuat basis ekonomi domestik.

Peran penting UMKM juga terbukti dalam menghadapi berbagai krisis ekonomi, seperti krisis moneter pada tahun 1997–1998. Ketika banyak perusahaan besar mengalami kebangkrutan akibat ketidakstabilan nilai tukar, peningkatan suku bunga, serta kelangkaan bahan baku, sektor UMKM

---

justeru menunjukkan ketahanan yang tinggi. UMKM berhasil bertahan dan bahkan tumbuh di tengah situasi ekonomi yang sulit, berkat sifatnya yang fleksibel, adaptif, dan responsif terhadap perubahan lingkungan usaha. Jumlah usaha kecil dan menengah bahkan meningkat dari 1,411 juta unit pada akhir tahun 1998 menjadi 1,452 juta unit pada tahun 1999, dengan kemampuan menyerap tenaga kerja hingga 85 juta orang. Fakta ini menunjukkan bahwa UMKM bukan hanya sebagai pelaku ekonomi skala kecil, tetapi juga sebagai penopang utama stabilitas ekonomi nasional di masa krisis.

Dalam era globalisasi dan digitalisasi saat ini, tantangan bagi sektor UMKM semakin kompleks. Persaingan bisnis yang semakin ketat, perubahan perilaku konsumen, serta dinamika pasar global menuntut UMKM untuk meningkatkan daya saing dan kemampuan adaptasi. Di sisi lain, risiko usaha yang dihadapi UMKM juga semakin beragam, baik dari aspek keuangan, operasional, pemasaran, maupun produksi. Oleh karena itu, penerapan manajemen risiko menjadi hal yang sangat penting untuk memastikan keberlangsungan dan keberhasilan usaha. Manajemen risiko tidak hanya membantu pelaku UMKM dalam mengantisipasi potensi kerugian, tetapi juga menjadi alat strategis untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, serta ketahanan bisnis dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi.

Penelitian ini berfokus pada analisis manajemen risiko pada dua UMKM yang bergerak di bidang kuliner di Kota Medan, yaitu UMKM Pempek Bege dan UMKM Cuanki **Spicy**. Kedua usaha ini dipilih karena memiliki karakteristik yang berbeda namun menghadapi tantangan serupa dalam hal pengelolaan risiko bisnis. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diketahui bentuk-bentuk risiko yang dihadapi oleh kedua UMKM tersebut serta strategi yang digunakan dalam mengelolanya. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan teori dan praktik manajemen risiko pada sektor UMKM, sekaligus menjadi masukan yang bermanfaat bagi pelaku usaha dalam meningkatkan ketahanan dan keberlanjutan bisnis mereka.

## **1. Kajian Teoritis**

Manajemen merupakan proses kerja sama antara individu, kelompok, dan sumber daya lainnya untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Aktivitas manajerial hanya ditemukan dalam suatu organisasi, baik dalam bentuk bisnis, lembaga pendidikan, maupun lembaga lainnya (Syafaruddin, 2005). Menurut Tim Dosen Ahli Pendidikan Administrasi UI (2009), manajemen merupakan proses ilmiah yang menggunakan kemampuan dan keahlian untuk mencapai tujuan organisasi melalui pengelolaan orang lain. Secara sederhana, manajemen diartikan sebagai proses mengelola organisasi untuk mencapai tujuan tertentu (Syafaruddin & Nurmawati, 2011).

---

Dalam mencapai tujuan organisasi, diperlukan unsur-unsur manajemen yang saling berkaitan, yaitu manusia, material, mesin, metode, uang, dan pasar (Manullang dalam Agustini, 2013). Unsur manusia merupakan faktor utama karena manusia menjadi perancang, penentu, dan pelaksana seluruh kegiatan organisasi. Material, mesin, metode, uang, dan pasar berfungsi sebagai sarana pendukung untuk menunjang efektivitas proses manajerial. Dari keseluruhan unsur tersebut, manusia menjadi elemen paling penting dalam menentukan keberhasilan organisasi.

Fungsi manajemen menurut Hasibuan (1989) dan Manullang (2002) terdiri dari empat elemen utama, yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), penggerakan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*), yang dikenal dengan konsep POAC. Fungsi-fungsi ini merupakan pedoman dasar bagi manajer dalam melaksanakan kegiatan agar tujuan organisasi dapat tercapai secara efisien.

Risiko pada dasarnya melekat pada setiap aktivitas manusia maupun organisasi. Vaughan dalam Darmawi (2011) menjelaskan bahwa risiko merupakan kemungkinan terjadinya kerugian yang melibatkan aspek probabilitas dan dampak. Faktor penyebab risiko meliputi bencana (*perils*) dan bahaya (*hazards*), seperti bahaya fisik, moral, morale, dan hukum.

Manajemen risiko merupakan pendekatan sistematis untuk mengidentifikasi sumber risiko, memperkirakan dampaknya, dan mengembangkan respons yang tepat (Uher, 1996). Essinger dan Rosen menekankan bahwa sistem manajemen risiko harus fleksibel, konsisten, dan disesuaikan dengan karakteristik organisasi. Penerapan manajemen risiko memberikan berbagai manfaat, antara lain membantu manajer mengambil keputusan secara hati-hati, meminimalkan potensi kerugian, dan menciptakan sistem yang berkelanjutan (Fahmi, 2011).

Menurut Darmawi (2011), tujuan manajemen risiko adalah memprediksi potensi bahaya dengan perhitungan yang akurat, mengurangi kerugian yang tidak terkendali, mengalokasikan modal secara efisien, serta menjaga kesinambungan perusahaan. Proses manajemen risiko, menurut COSO, terdiri dari beberapa tahapan: lingkungan internal, penentuan tujuan, penilaian risiko, respons risiko, aktivitas pengendalian, informasi dan komunikasi, serta monitoring.

Dalam konteks ekonomi Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian nasional. Berdasarkan Kementerian Koperasi dan UKM, usaha mikro memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp200 juta, sedangkan usaha menengah memiliki kekayaan bersih hingga Rp10 miliar. BPS juga mengklasifikasikan UMKM berdasarkan jumlah tenaga kerja, yaitu usaha kecil dengan 5–19 orang dan usaha menengah dengan 20–99 orang. UMKM menjadi tulang punggung ekonomi nasional karena mampu bertahan dalam berbagai

---

kondisi ekonomi dan berperan penting dalam penyerapan tenaga kerja serta pemerataan pendapatan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik, dan dengan cara mendeskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moeleong, 2006:6). Salah satu ciri penelitian kualitatif adalah data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipankutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Peneliti juga menggunakan catatan lapangan berupa catatan observasi dan sumber lain.

Penelitian ini dilaksanakan pada dua pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang berlokasi di Kota Medan, yaitu UMKM Pempek Bege yang beralamat di Jalan Kapten Muslim No. 189 Medan dan UMKM Cuanki Spicy yang beralamat di Jalan Bunga Wijaya Kesuma Medan. Kedua lokasi tersebut dipilih karena keduanya merupakan contoh UMKM yang bergerak di bidang kuliner dengan karakteristik yang berbeda namun menghadapi risiko usaha yang relevan untuk diteliti. Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 26 Mei 2022. Pemilihan waktu dan lokasi penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran nyata mengenai penerapan manajemen risiko pada UMKM yang masih beroperasi secara konvensional di tengah dinamika bisnis yang berkembang pesat.

Dalam penelitian ini, data diperoleh melalui dua jenis sumber, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan secara langsung oleh peneliti melalui teknik wawancara dan observasi. Teknik wawancara dilakukan dengan dua pendekatan, yaitu wawancara terstruktur dan tidak terstruktur. Wawancara terstruktur dilaksanakan dengan menyiapkan daftar pertanyaan yang telah disusun sesuai dengan panduan penelitian, sedangkan wawancara tidak terstruktur dilakukan secara fleksibel untuk menggali informasi tambahan berdasarkan tanggapan narasumber selama proses wawancara berlangsung. Wawancara dilaksanakan secara langsung dan tatap muka antara peneliti dengan informan yang merupakan pemilik atau pengelola UMKM.

Selain wawancara, penelitian ini juga menggunakan teknik observasi partisipatif, di mana peneliti secara langsung terlibat dalam kegiatan sehari-hari pelaku usaha untuk memahami secara mendalam proses operasional yang berlangsung. Melalui observasi ini, peneliti mengamati secara langsung bagaimana pelaku UMKM menjalankan perannya dalam aktivitas usaha sehari-hari,

---

termasuk dalam menghadapi situasi tertentu seperti pelaksanaan promosi, pengelolaan produksi, dan partisipasi dalam kegiatan usaha atau event khusus.

Selain data primer, penelitian ini juga memanfaatkan data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber pendukung. Data sekunder dikumpulkan melalui studi kepustakaan dan dokumentasi. Studi kepustakaan dilakukan dengan mengumpulkan data dari berbagai literatur yang relevan, seperti buku, makalah, dan sumber ilmiah lainnya yang berkaitan dengan topik manajemen risiko dan pengelolaan UMKM. Sementara itu, teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berbentuk arsip, catatan harian, surat, foto, hasil rapat, cinderamata, maupun jurnal kegiatan yang berkaitan dengan operasional kedua UMKM yang menjadi objek penelitian. Data sekunder ini bersifat penting karena tidak terbatas oleh ruang dan waktu, sehingga dapat digunakan untuk menggali informasi mengenai kondisi masa lalu yang berhubungan dengan konteks penelitian.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara sistematis melalui tiga tahap utama. Tahap pertama adalah pengumpulan data, di mana semua informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dan dokumentasi dihimpun secara menyeluruh untuk memastikan kelengkapan data penelitian. Tahap kedua adalah penyajian data, yaitu menampilkan data dalam bentuk teks naratif untuk memberikan gambaran yang jelas dan terperinci mengenai hasil penelitian. Penyajian data dilakukan secara deskriptif agar dapat memperlihatkan hubungan antara temuan yang diperoleh di lapangan dengan teori yang mendasari penelitian. Tahap ketiga adalah penarikan kesimpulan atau interpretasi data. Pada tahap ini, peneliti menafsirkan makna dari hasil analisis yang telah disajikan sebelumnya, dengan tujuan menemukan pola, hubungan, serta kesimpulan akhir yang relevan dengan tujuan penelitian. Melalui proses ini, penelitian diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana manajemen risiko diterapkan pada UMKM Pempek Bege dan Cuanki Spicy di Kota Medan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana penerapan manajemen risiko pada dua pelaku UMKM di Kota Medan, yaitu UMKM Pempek Bege dan UMKM Cuanki Spicy. Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan analisis data yang dilakukan, diperoleh gambaran bahwa kedua UMKM ini memiliki pemahaman dan penerapan manajemen risiko yang masih terbatas. Secara umum, pelaku usaha lebih berfokus pada upaya meningkatkan penjualan dan keuntungan tanpa memperhatikan secara mendalam potensi risiko yang dapat menghambat jalannya operasional usaha mereka.

---

Pada UMKM Pempek Bege, pemahaman terhadap konsep manajemen risiko masih tergolong rendah. Pelaku usaha belum menjadikan antisipasi risiko sebagai hal yang penting selama dampak risiko tersebut belum benar-benar dirasakan. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran terhadap pentingnya perencanaan risiko masih kurang, sehingga risiko yang muncul seringkali baru dihadapi ketika sudah memberikan dampak negatif terhadap kegiatan usaha. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan melalui pengamatan, wawancara, dan kajian literatur, dapat diidentifikasi berbagai aspek kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh UMKM Pempek Bege.

Kekuatan utama dari UMKM ini adalah produknya yang bersifat *homemade*, disukai oleh konsumen dari berbagai kalangan, dan memiliki nilai gizi yang baik karena berbahan dasar ikan. Namun, kelemahan utama yang dihadapi meliputi kurangnya inovasi produk, fluktuasi harga bahan baku seperti ikan dan cabai rawit untuk bahan cuko, serta keterbatasan modal untuk mengembangkan usaha karena belum adanya bantuan dari pemerintah setempat. Di sisi lain, peluang yang dapat dimanfaatkan antara lain adanya inovasi produk pempek beku (*frozen*) atau pempek dengan kemasan *vacuum* yang memungkinkan perluasan pasar antarprovinsi, serta dukungan pemerintah daerah melalui berbagai program pemberdayaan UMKM. Ancaman yang dihadapi berasal dari ketergantungan pada bahan baku ikan yang pasokannya belum stabil, baik dari perikanan air tawar maupun laut, serta kondisi cuaca yang dapat mempengaruhi hasil tangkapan nelayan.

Dalam konteks penilaian risiko, UMKM Pempek Bege menghadapi beberapa risiko utama, yaitu risiko keuangan, risiko produk, dan risiko pasar. Risiko keuangan berkaitan dengan permasalahan permodalan dan pendapatan yang tidak stabil. Kekurangan modal menghambat pengembangan usaha dan berdampak langsung pada pertumbuhan UMKM. Risiko produk muncul dari potensi kerusakan produk, keterlambatan distribusi, serta ketidaksesuaian standar produk yang dapat menurunkan kepercayaan pelanggan. Sementara itu, risiko pasar berkaitan dengan meningkatnya persaingan, perubahan harga bahan baku, serta keterbatasan kemampuan promosi. Pemasaran yang masih sederhana dan mengandalkan media sosial secara terbatas menjadi tantangan tersendiri dalam memperluas jangkauan pasar.

Tahapan terakhir dari proses manajemen risiko pada UMKM Pempek Bege adalah pengelolaan risiko. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, diketahui bahwa

---

pengelolaan risiko dilakukan secara sederhana dan lebih bersifat reaktif daripada preventif. Risiko umumnya ditangani melalui cara-cara seperti penghindaran, penahanan, diversifikasi, atau pelimpahan kepada pihak lain. Misalnya, risiko kenaikan harga bahan baku diatasi dengan mengurangi volume produksi, sementara kekurangan tenaga kerja diantisipasi dengan melibatkan anggota keluarga dalam kegiatan operasional. Risiko produk yang tidak terjual atau kedaluwarsa diatasi dengan meningkatkan intensitas promosi melalui media daring agar produk cepat terjual. Selain itu, pengusaha juga melakukan langkah antisipatif seperti menyisihkan sebagian penghasilan untuk cadangan dana darurat dan mulai menyusun prosedur standar kerja yang lebih aman.

Salah satu langkah penting yang dilakukan adalah pembuatan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang mengatur urutan kerja berdasarkan prinsip keamanan dan efisiensi. SOP ini diharapkan dapat meminimalkan kemungkinan terjadinya bencana kerja, seperti kebakaran atau kerusakan bahan produksi. Antisipasi juga dilakukan dengan memisahkan area kerja dan tempat tinggal, serta menyimpan bahan mudah terbakar di tempat yang aman. Untuk risiko yang bersifat besar seperti bencana alam atau pandemi, pengusaha mulai mempertimbangkan bentuk pengalihan risiko, seperti menjalin kerja sama dengan pihak lain melalui program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) atau mempertimbangkan pembelian polis asuransi untuk perlindungan usaha.

Berbeda dengan Pempek Bege, pada UMKM Cuanki Spicy juga ditemukan tingkat kesadaran manajemen risiko yang masih rendah. Pelaku usaha lebih berfokus pada laba jangka pendek dan belum memiliki sistem pengelolaan risiko yang terencana. Berdasarkan hasil observasi, risiko yang dihadapi UMKM Cuanki Spicy dapat dikategorikan ke dalam empat kelompok utama, yaitu risiko keuangan, risiko operasional, risiko pemasaran, dan risiko produk.

Risiko keuangan pada Cuanki Spicy umumnya muncul karena keterbatasan modal yang menyebabkan kegiatan usaha terhenti sementara. Karena merupakan bisnis keluarga, pengelolaan keuangan sering kali belum terpisah dengan kebutuhan pribadi sehingga mengurangi modal usaha. Selain itu, kenaikan harga bahan baku seperti daging, bumbu, serta biaya ekspedisi dari Bandung juga berdampak pada meningkatnya biaya produksi. Pada aspek operasional, risiko muncul akibat kekurangan tenaga kerja, belum adanya SOP yang baku, dan ketidakkonsistenan dalam penyajian produk. Ketiadaan izin usaha (SIUP) juga menyebabkan gangguan dalam keberlanjutan operasional dan branding perusahaan.

Dari sisi pemasaran, Cuanki Spicy menghadapi tantangan besar karena lokasi usaha yang jauh dari target pasar dan minimnya kegiatan promosi. Keterbatasan modal menyebabkan pelaku usaha tidak mampu memperluas jaringan distribusi atau membuka cabang baru. Produk juga cepat basi karena tidak menggunakan teknologi pengemasan modern seperti *vacuum sealer*, yang harganya cukup mahal. Hal ini menyebabkan jangkauan pemasaran terbatas dan berdampak pada penurunan omzet.

Risiko produk juga menjadi perhatian penting. UMKM Cuanki Spicy belum memiliki standar baku terkait rasa dan kuantitas produk dalam setiap kemasan, sehingga muncul risiko ketidakkonsistenan kualitas. Produk kadaluarsa dapat terjadi akibat manajemen stok yang kurang baik atau rendahnya tingkat penjualan. Kemasan produk yang kurang menarik juga mengurangi minat konsumen. Berdasarkan hasil wawancara, kejadian seperti produk kadaluarsa, kemasan yang kurang menarik, dan ketidaksesuaian kuantitas produk pernah dialami oleh Cuanki Spicy, meskipun tidak terlalu sering. Namun demikian, peristiwa tersebut cukup mempengaruhi tingkat kepercayaan pelanggan terhadap produk mereka.

Hasil analisis menunjukkan bahwa baik UMKM Pempek Bege maupun Cuanki Spicy menghadapi tantangan yang serupa dalam hal keterbatasan sumber daya, kurangnya inovasi, serta belum adanya sistem manajemen risiko yang terencana dan terdokumentasi dengan baik. Keduanya menunjukkan pola pengelolaan yang lebih bersifat reaktif, di mana tindakan pencegahan baru dilakukan setelah risiko benar-benar terjadi. Untuk meningkatkan daya tahan usaha, kedua UMKM ini perlu menerapkan pendekatan manajemen risiko secara sistematis yang mencakup tahap identifikasi, penilaian, dan pengendalian risiko secara berkesinambungan. Dengan penerapan strategi manajemen risiko yang baik, UMKM dapat lebih siap menghadapi perubahan lingkungan bisnis dan menjaga keberlanjutan usahanya di tengah persaingan yang semakin ketat.

Tabel 1. Penilaian Risiko pada UMKM Cuanki Spicy

| No. | Risiko (Kejadian yang merugikan)               | Probabilitas | Dampak    | Nilai Risiko |
|-----|------------------------------------------------|--------------|-----------|--------------|
| 1   | Usaha terhenti                                 | 0.016853603  | 153595.83 | 2588.643089  |
| 2   | Harga semakin mahal                            | 0.13536335   | 266686.74 | 36099.61036  |
| 3   | Uang usaha digunakan untuk kepentingan pribadi | 0.016853603  | 130306.46 | 2196.133245  |
| 4   | Kurangnya tenaga kerja                         | 0.000865503  | 73727.05  | 63.8109849   |

|    |                                                |             |           |             |
|----|------------------------------------------------|-------------|-----------|-------------|
| 5  | Operasional tidak teratur                      | 0.00207568  | 63579.41  | 131.9704954 |
| 6  | Kehilangan branding perusahaan                 | 0           | 0.00      | 0           |
| 7  | Tempat yang jauh dari target pemasaran         | 2.29784E-06 | 320147.64 | 0.735647541 |
| 8  | pemasaran yang lambat                          | 0.000227235 | 230369.11 | 52.34795561 |
| 9  | produk tidak terkenal luas                     | 0.00207568  | 216937.35 | 450.2924867 |
| 10 | Produk Kadaluarsa                              | 0,074703836 | 29360,20  | 2193,319355 |
| 11 | Kemasan Produk Kurang menarik                  | 0,151640526 | 42573,82  | 6455,916777 |
| 12 | Uang usaha digunakan untuk kepentingan pribadi | 0,183958793 | 35147,64  | 6465,718201 |

Hasil dari penilaian risiko ditemukan bahwa risiko paling besar yang terjadi pada UMKM Cuanki Spicyterletak pada risiko produk. Selain risiko produk, risiko keuangan juga patut untuk diwaspai dan tentunya dikelola dengan baik agar risiko-risiko ini menjadi sebuah kesempatan untuk mendapatkan keuntungan. Melihat skala bisnis yang relatif kecil dan UMKM ini bergerak di bidang kuliner membuat produk adalah yang hal yang paling beresiko. Berbeda dengan ketika usahanya bergerak di bidang fotocopy yang dibutuhkan seperti kertas, mesin, tinta, dll. Produk-produk ini sifatnya tahan lama bahkan jika disimpan hingga tahunan tidak akan merubah bentuk secara signifikan. Berbeda dengan kuliner yang hanya dapat bertahan beberapa hari hingga minggu saja, jika tidak pandai untuk mengelola dan menyimpannya akan mudah busuk, rusak, bau, dll.

Kuliner yang dijual oleh UMKM Cuanki Spicymemiliki ketahanan yang rendah karena rata-rata bahan pokok yang dijual diambil langsung dari Bandung yang merupakan produk frozen. Seperti Bakso Aci yang dijual dalam kemasan, dapat bertahan 1 bulan jika dimasukkan pada freezer dan jika di ruangan terbuka akan bertahan hanya 1 minggu saja. Selain itu, untuk mengambil keuntungan dari penjualan produknya, Cuanki Asoy juga memiliki kendala lain yakni dari segi ongkos kirim yang ditanggung. Ongkos kirim akan semakin murah jika menggunakan partai besar seperti 15 kg dibanding dengan menggunakan per kg. Untuk itu, Cuanki Spicymau tidak mau harus membeli dalam jumlah yang besar secara langsung untuk menghemat biaya ongkir. Tentunya terjadi trade off antara ketahanan produk atau biaya ongkos kirim ke Jember.

Menurut Rochman Effendy dalam Webinar Nasional Multiaspek Strategi Pembelajaran Covid-19 Bersama EMKM : Peluang, Riset, dan Tantangan pada 12 Juni 2020 menyatakan permasalahan yang biasa terjadi pada UMKM terdapat 4 hal yaitu masih sedikit yang berhimpun, masalah permodalan, tidak ada pemisahan asset usaha dengan pribadi, dan tidak memiliki data. Melihat dari risiko yang telah diteliti, UMKM Cuanki Spicymemiliki

---

permasalahan yang sama dengan permasalahan UMKM yang dijelaskan oleh Rochman Effendy. Permasalahan yang sama ini berkaitan dengan risiko keuangan. Risiko terbesar kedua yang ada pada UMKM Cuanki Spicy

Cuanki Spicy yang berdiri pada 2018, belum memiliki komunitas yang sejenis. Komunitas yang sejenis merupakan salah satu kunci kesuksesan UMKM. Melalui komunitas Cuanki Spicy dapat mempelajari manajemen UMKM yang telah sukses. Selain itu berkaitan dengan masalah permodalan, UMKM Cuanki Spicy tidak luput dari masalah ini. Seperti paparan diatas, juga belum ada pemisahan diantara modal dengan uang pemilik. Terakhir belum adanya pencatatan keuangan.

#### **1. Pengelolaan risiko**

Langkah terakhir dalam proses manajemen risiko adalah pengelolaan risiko. Setelah analisis dan evaluasi risiko, langkah berikutnya adalah mengelola risiko. Risiko penting untuk dikelola karena UMKM yang gagal mengelola risiko akan menerima konsekuensinya. Konsekuensi yang diterima seperti mengalami kerugian yang kecil bahkan hingga besar, kehilangan pelanggan, penutupan usaha, dll. Untuk itu resiko- resiko yang telah diidentifikasi dan dinilai perlu untuk dikelola dengan baik.

Cara yang dapat dilakukan oleh UMKM untuk mengelola risikonya terbagi atas beberapa hal yaitu penghindaran, ditahan (retention), diversifikasi, atau ditransfer ke pihak lainnya (Hanafi, 2014). Pengelolaan risiko yang ditahan maksudnya adalah menghadapi risiko tersebut. Risiko yang harus ditahan adalah harga yang semakin mahal, kurangnya tenaga kerja, produk kadaluarsa, pemasaran lambat. Risiko harga yang semakin mahal harus dihadapi kemudian lakukan pengelolaan dengan cara mengurangi kuantitas atau volume produknya. Kurangnya tenaga kerja dapat dilakukan dengan bantuan tenaga pada keluarga seperti anak ikut membantu atau ayah yang dapat membantu untuk kelangsungan usahanya sebelum mengembangkan lebih besar.

Produk yang kadaluarsa memang harus diterima karena tidak mungkin juga Cuanki Spicy menjual produk yang tidak layak konsumsi. Untuk itu, Cuanki Spicy harus gencar-gencarnya mempromosikan produknya agar tidak kadaluarsa. Semakin cepat terjual semakin bagus sehingga tidak ada produk yang terbuang karena kadaluarsa atau busuk. Pemasaran yang lambat juga harus dihadapi oleh Cuanki Spicy. Strategi yang dilakukan dapat mendekat dengan target konsumen seperti di tengah kota sehingga dapat dijangkau

---

oleh konsumen.

Penghindaran risiko yang harus dilakukan oleh Asoy jember adalah usaha terhenti dan kehilangan branding perusahaan. Risiko ini harus dihindari oleh Cuanki Spicy karena ketika usaha terhenti akan memengaruhi keluarga dari owner itu sendiri. Tidak ada pemasukan dari usahanya, produknya dilarang beredar, meninggalkan aset seperti gerobak. Oleh karena itu, penting bagi Cuanki Spicy untuk mengelola risiko yang ada, agar tidak menimbulkan bencana atau kerugian yang berarti.

### **Perbandingan Antara UMKM Pempek Bege Dan UMKM Cuanki Spicy**

Setelah beberapa saat kami mengamati kedua UMKM tersebut, kami dapat menyimpulkan bahwa UMKM Cuanki Spicy lebih banyak peminatnya dibandingkan dengan UMKM Pempek Bege. Hal itu dikarenakan saat ini sedang maraknya warga Medan memakan makanan khas Jawa Barat, baik itu cilok, seblak, dan sebagainya.

Selain rasanya yang menyegarkan, harganya juga sangat ramah dikantong. Terutama kalangan Anak Muda yang memang sasaran dari UMKM tersebut.

### **KESIMPULAN**

Kehadiran UMKM Pempek sangatlah dibutuhkan untuk meningkatkan keadaan perekonomian daerah, sehingga pengelolaan UMKM harus melibatkan semua pihak. Pada kegiatan UMKM pempek Bege, UMKM Pempek Bege harus menyadari adanya risiko usaha yang disebabkan oleh bencana atau wabah, contohnya wabah pandemi covid 19 yang sudah terjadi sepanjang tahun 2020-2022 ini.

Hasil dari penilaian risiko di Cuanki Spicy ditemukan bahwa risiko paling besar adalah terletak pada risiko produk. Selain risiko produk, risiko keuangan juga patut untuk diwaspadai. Seperti halnya pada UMKM lainnya yang masih berkutat dengan masalah permodalan. Untuk itu dibutuhkan pengelolaan risiko pada risiko yang telah diidentifikasi dan nilai. Cara yang dapat dilakukan oleh UMKM untuk mengelola risikonya terbagi atas beberapa hal yaitu penghindaran, ditahan (retention), diversifikasi, atau ditransfer ke pihak lainnya (Hanafi, 2014). Pengelolaan risiko yang ditahan maksudnya adalah menghadapi risiko tersebut. Risiko yang harus ditahan adalah harga yang semakin mahal, kurangnya tenaga kerja, produk kadaluarsa, pemasaran lambat. Selain menghadapi risiko itu sendiri, hal yang dapat dilakukan lainnya adalah menghindari risiko yang harus seperti usaha terhenti dan kehilangan branding perusahaan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- 
- Burhan Bungin (2015) , Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi, Prenadamedia Group, Jakarta.
- Hanafi, Mamduh M. 2009. Manajemen Risiko Edisi Kedua. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Haynes, Marion .E. 1994. Manajemen waktu untuk diri sendiri. Jakarta: Binarupa aksara.
- Jorion, Philippe. 2011. *Financial Risk Manager Handbook Plus Test Bank: FRM Part I/Part II, 6th edition*. New Jersey: John Wiley and Sons, Inc
- Kotler, Philips,et.all (2009), Manajemen Pemasaran, Jilid 2 Edisi 13,Erlangga, Jakarta Atkinson. 1994. Manajemen Waktu yang Efektif. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Muhammad Rizal & Habibi, 2024. Buku Ajar Manajemen Resiko, CV Larispa <https://www.larispa.co.id/segera-terbit-buku-ajar-manajemen-risiko>
- [Muhammad Rizal](#), [Muhammad Rifky Santoso](#), [Saparuddin Siregar](#), 2023 Simulasi Manajemen Risiko Reputasi Bank Syariah, Jurnal Akuntansi Keuangan Perpajakan Indonesia (Jakpi) Fe Unimed [https://www.researchgate.net/publication/372253682\\_Simulasi\\_Manajemen\\_Risiko\\_Reputasi\\_Bank\\_Syariah](https://www.researchgate.net/publication/372253682_Simulasi_Manajemen_Risiko_Reputasi_Bank_Syariah)
- Sugiyono, (2012), Metode Penelitian Bisnis, Alfabeta, Bandung.