

**ANALISIS MANAJEMEN RISIKO BISNIS  
(Studi pada Cuanki Asoy Jember)**

***BUSINESS RISK MANAGEMENT ANALYSIS  
(Study at Cuanki Asoy Jember)***

**Mudrika Berliana As Sajjad**  
mudrikaberliana@gmail.com  
Universitas Jember

**Salsabila Dea Kalista**  
Salsabiladeakalista08@gmail.com  
Universitas Jember

**Mualif Zidan**  
zidanabada92@gmail.com  
Universitas Jember

**Johan Christian**  
johanchristian21@gmail.com  
Universitas Jember

***ABSTRACT***

*Small, Medium Enterprises or commonly called SME are also needed to defend themselves in competition, besides SME are also required to face some global challenges, in facing global challenges this can be done by innovating products and services, and developing human resources and technology, are also needed in terms of increasing marketing areas. For this reason, risk management is needed to anticipate or reduce the likelihood of these risks by analyzing risk management.*

***Keywords: business risk management, sme,***

**1. PENDAHULUAN**

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro Kecil menengah. Indonesia sendiri, menurut data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia jumlah UMKM pada tahun 2018 mencapai 64.194.057. Angka ini mengalami kenaikan sebesar 2.02% dibanding tahun 2017. Tak hanya itu saja, UMKM memiliki peranan yang cukup besar dalam perekonomian nasional. UMKM juga mampu menyerap tenaga kerja hingga mencapai 97 persen. Menurut Deputy Bidang Ekonomi Makro dan Keuangan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, Iskandar Simongkir mengatakan bahwa sumbangsih UMKM terhadap PDB mencapai 60,34 persen.

Melihat sumbangsih terhadap PDB, UMKM tidak lagi dipandang sebelah mata. Untuk menjadi sebuah perusahaan yang berskala besar tentunya berawal pada usaha yang berskala kecil. Melihat pesatnya UMKM di Indonesia dibutuhkan perhatian khusus agar UMKM

dapat berkembang dan menjadi sebuah perusahaan besar. Jika skala bisnis semakin besar tentunya berbanding lurus dengan penyerapan tenaga kerja. UMKM mampu menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat, namun sebelum hal ini terjadi dibutuhkan dukungan dari masyarakat dan pemerintah untuk selalu mengkonsumsi atau menggunakan produk lokal.

Berbicara mengenai bisnis, tentunya tidak terlepas dan dihadapkan pada risiko yang akan dihadapi. Risiko tidak hanya muncul karena adanya faktor internal perusahaan melainkan juga dari faktor eksternal perusahaan yang menuntut perusahaan agar lebih peduli akan risiko tersebut. Risiko ini tidak hanya muncul pada perusahaan – perusahaan besar, tetapi risiko ini juga muncul pada perusahaan – perusahaan kecil, ataupun bisnis kecil, seperti UMKM. Risiko akan muncul kapan saja, dan pada siapa saja, karena pada dasarnya semua hal sangat berkaitan erat dengan risiko, umumnya risiko ini diartikan sebagai suatu hal yang memicu akan terjadi kerugian atas kejadian tertentu sama halnya seperti pengertian yang disampaikan oleh Otoritas Jasa Keuangan, 2016 yaitu mengartikan bahwa risiko merupakan potensi kerugian akibat terjadinya suatu peristiwa, dan pengertian risiko menurut Bambang Rianto, 2017 risiko adalah potensi kerugian akibat terjadinya suatu peristiwa tertentu. Oleh karena itu sebelum kita bertemu dengan risiko yang besar maka perusahaan kita harus siap dalam menghadapi atau meminimalkan risiko tersebut dengan cara menerapkan manajemen risiko.

UMKM Asoy salah satunya, UMKM ini merupakan UMKM yang bergerak dibidang kuliner. Cuanki Bakso Asoy merupakan salah satu usaha kuliner yang menjajakan makanan khas Bandung. Pemilik UMKM Asoy ini merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember. Berbekal ilmu akuntansi dan bisnis yang diperoleh dari kampus, Teteh Syeril membuka bisnis Cuanki Bakso Asoy. Cuanki Bakso Asoy memiliki cita rasa yang tidak dapat diragukan lagi dan mampu bersaing dengan Bakso Aci dan Seblak kenamaan di Jember. Cita rasa tidak dapat diragukan lagi karena owner sendiri merupakan penduduk asli Bandung yang hijrah ke Jember.

Melihat adanya potensi Cuanki Bakso Asoy semakin berkembang dibutuhkan penerapan manajemen risiko. Manajemen Risiko perlu diterapkan karena perusahaan dapat mengetahui cara menangani risiko dengan baik dan tepat serta dengan adanya manajemen risiko membuat para pelaku usaha siap dalam menghadapi risiko yang akan dihadapi nanti. Seperti pendapat menurut (Darmawi, 2010) manajemen risiko diartikan sebagai proses pengukuran tau penilaian serta pengembangan strategi pengolahannya. strateginya mulai dari mengidentifikasi resiko, mengukur, dan menentukan besarnya resiko lalu mencari jalan bagaiman menangani resiko tersebut.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau yang biasa disebut UMKM ini juga diperlukan dalam mempertahankan diri dalam persaingan, selain itu UMKM juga dituntut dalam menghadapi beberapa tantangan global, dalam menghadapi tantangan global ini dapat dilakukan dengan cara menginovasi produk dan jasa, serta pengembangan sumberdaya manusia dan teknologi, juga diperlukan dalam hal peningkatan area pemasaran. Seperti yang di jelaskan mengenai UMKM menurut (Sudaryanto, 2011) UMKM merupakan salah satu sektor yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia, oleh karena itu UMKM di Indonesia perlu dalam mengantisipasi atau mengurangi kemungkinan terjadinya risiko tersebut dengan cara melakukan analisis manajemen risiko.

Tujuan dari dibuatnya penelitian ini yaitu supaya dapat mengidentifikasi proses manajemen risiko lengkap dengan sumber risiko, melakukan penilaian terhadap risiko yang kemungkinan muncul serta melakukan analisa terhadap strategi yang nantinya akan dilakukan industri kecil dalam menangani ataupun mengelola risiko serta

mengupayakan para pelaku bisnis di industri kecil juga sadar terkait pentingnya manajemen risiko dalam menanggulangi bahaya risiko tersebut di kota jember.

## 2. TINJAUAN LITERATUR

### *Enterprise Risk Management*

Pengintegrasian risiko, pengintegrasian strategi transfer risiko dan pengintegrasian manajemen risiko ke dalam proses bisnis perusahaan, integrasi dari 3 cara diatas akan membentuk suatu kerangka manajemen risiko ERM Bambang Rianto (2016:12). Pengintegrasian organisasi risiko dibutuhkan adanya sebuah unit manajemen risiko perusahaan tersentralisasi dan bertanggung jawab langsung kepada chief executive officer. Proses yang kedua yakni pengintegrasian strategi transfer risiko. Cara yang dilakukan untuk melindungi risiko residual yang tidak dikehendaki manajemen, *ERM* menggunakan sudut pandang portofolio dalam melakukan transfer risiko. Dengan menggunakan sudut pandang portofolio pada seluruh jenis risiko perusahaan dan dengan cara merasionalisasikan derivatif, asuransi, dan produk-produk alternatif transfer risiko lainnya. Cara terakhir yang dilakukan adalah pada proses bisnis perusahaan diintegrasikan manajemen risiko di dalamnya. Penggunaan *ERM* sendiri dapat membantu perusahaan untuk mengalokasikan sumber daya, mengoptimalkan kinerja bisnisnya dengan cara mendukung maupun memengaruhi keputusan penetapan harga dan berbagai macam keputusan bisnis lainnya.

### *Sejarah Perusahaan*

Cuanki Asoy Jember merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang kuliner, khususnya kuliner khas Bandung. Didirikan pada 1 Mei 2018 di sebuah kompleks perumahan di Jember. Cuanki Asoy berdiri atas kelangkaan makanan khas Bandung di Jember. Kala itu, tidak banyak jumlah pedagang yang menjajakan makanan khas Bandung. Disamping itu, owner sendiri merupakan orang asli Bandung. Adanya kesempatan untuk mengenalkan produk Bandung yang mulai hits di Indonesia membuat Teteh Syeril membuka usaha kuliner ini.

Cuanki Asoy Jember menjajakan kuliner khas Bandung seperti seblak, mie yamin, baso aci, dll. Produk pentingnya tersebut diambil langsung dari Bandung, disini owner hanya tinggal meracik hingga menjadi makanan yang lezat. Oleh karena itu, cita rasa khas Bandung dapat ditemui di produk Cuanki Asoy Jember tersebut. Cuanki Asoy yang awalnya hanya berjualan di rumah kini merambah membuka stand di Kreanova dan bazaar yang diadakan di Universitas Jember, khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Cuanki Asoy juga bisa ditemukan di aplikasi kenamaan seperti Gojek dan Grab. Pelanggan yang notabene jauh dari tempat Cuanki Asoy masih dapat menikmati dengan memesan secara online.

### *Manajemen Risiko*

Manajemen risiko merupakan sebuah metode yang sistematis dan logis yang berguna untuk mengidentifikasi, monitor, menetapkan solusi, dan melaporkan risiko yang terjadi pada setiap aktivitas atau dalam sebuah proses (Ferry, 2006). Dalam ISO:31000-2009 manajemen risiko adalah aktivitas terorganisasi yang dilakukan untuk mengarahkan dan mengelola organisasi dalam rangka menangani risiko. Jadi dapat disimpulkan bahwa manajemen risiko merupakan sebuah metode yang terorganisasi secara sistematis dan logis yang dilakukan untuk mengarahkan, mengidentifikasi, memonitor, menetapkan solusi, melaporkan risiko, dan mengelola organisasi dalam

rangka untuk menangani risiko. Risiko terbagi menjadi beberapa yaitu risiko produk, risiko pasar, risiko keuangan, dan risiko operasional.

### ***Risiko Keuangan***

Risiko Keuangan (Leverage) merupakan risiko yang khususnya memengaruhi pendapatan suatu usaha. Risiko keuangan berkaitan dengan permodalan, pendapatan, kerugian suatu usaha. Pada UMKM risiko keuangan merupakan risiko yang sering terjadi. Permasalahan keuangan sering kali dihadapi. Kurangnya modal untuk mengembangkan usaha contohnya dapat menghambat laju pertumbuhan dan perkembangan UMKM. Keuangan yang baik dan stabil merupakan kunci keberhasilan UMKM.

### ***Risiko Produk***

Risiko produk merupakan Risiko yang meyakini dengan dengan Risiko Operasional, namun letak perbedaannya pada Output Produk (Barang Jadi) yang telah dihasilkan oleh suatu perusahaan. Yang memiliki hubungan erat langsung dengan konsumen (*Customer*). Tentunya Dalam sebuah bisnis dari sektor apapun pasti memiliki sebuah risiko yang perlu diantisipasi dan perlu dikelola kembali dan dievaluasi agar risiko tersebut dapat diminimalisir dampaknya dan tidak merugikan perusahaan, bahkan mempengaruhi reputasi perusahaan tersebut.

### ***Risiko Pasar***

Risiko: kejadian buruk yang berpotensi terjadi dan diketahui berapa peluang kejadian tersebut akan benar-benar terjadi dan sebesar apa dampaknya kalau kejadian tersebut benar-benar terjadi. Pemasaran adalah semua kegiatan usaha yang bertalian dengan arus penyerahan barang dan jasa-jasa dari produsen ke konsumen. Dalam kegiatan pemasaran, dikenal konsep 4P yaitu: *Product, Price, Placement, and Promotion*. Pada dasarnya risiko pasar ini tergantung dari ada dilingkungan mana perusahaan tersebut beroperasi, banyak sekali pesaing atau harga bahan baku, dan promosi melewati media social. Tergantung bagaimana perusahaan tersebut bisa bertindak inovatif terhadap risiko pemasaran tersebut agar menjadi nilai tambah bagi perusahaan.

## **3. METODE PENELITIAN**

### ***Pendekatan***

Pada kesempatan ini penelitian dilakukan dengan pendekatan analisis kualitatif, melalui analisis kualitatif ini memiliki artian yakni suatu penggambaran atas data dengan menggambarkan kata dan baris kalimat yang menunjukkan bahwa penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam pendekatan ini bertujuan untuk mengetahui atau memahami hal mengenai situasi sosial, peristiwa dan kendala yang ada. Menurut *John W. Creswell*, ahli psikologi pendidikan *University of Nebraska* metode pendekatan kualitatif merupakan proses investigasi.

### ***Metode penelitian***

Penelitian ini juga menggunakan metode *Risk and Control Self Assessment* (RSCA) atau dapat diartikan suatu kerangka kerja yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk menganalisis risiko organisasi terutama berkaitan dengan operasional organisasi. Hal ini berkaitan dengan perhitungan total risiko dari empat risiko yang ada yakni risiko

keuangan, risiko operasional, risiko pemasaran, dan risiko produk yang dijelaskan secara detail serta ditampilkan perhitungannya dengan rinci. RCSA ini difungsikan untuk membantu memberikan pandangan yang luas bagi organisasi akan risiko risiko yang akan dihadapinya serta dapat menyusun manajemen risiko yang efektif akan risiko-risiko yang akan dihadapi agar organisasi dapat tetap bersaing serta dapat mencapai tujuannya.

### ***Jenis penelitian***

Penelitian ini merupakan penelitian jenis deskriptif yang bertujuan mendeskripsikan peristiwa yang masih terjadi sampai waktu sekarang yakni mendeskripsikan risiko dari suatu kejadian kejadian yang akan terjadi sebagaimana mestinya, penelitian yang memang mungkin masih jauh dari kata sempurna ini berfokus pada kegiatan penjualan salah satu UMKM yang ada diJeber serta mengidentifikasi risiko risiko yang mungkin akan terjadi. untuk menghindari risiko tersebut juga dihadirkan beberapa manajemen strategi yang efektif.

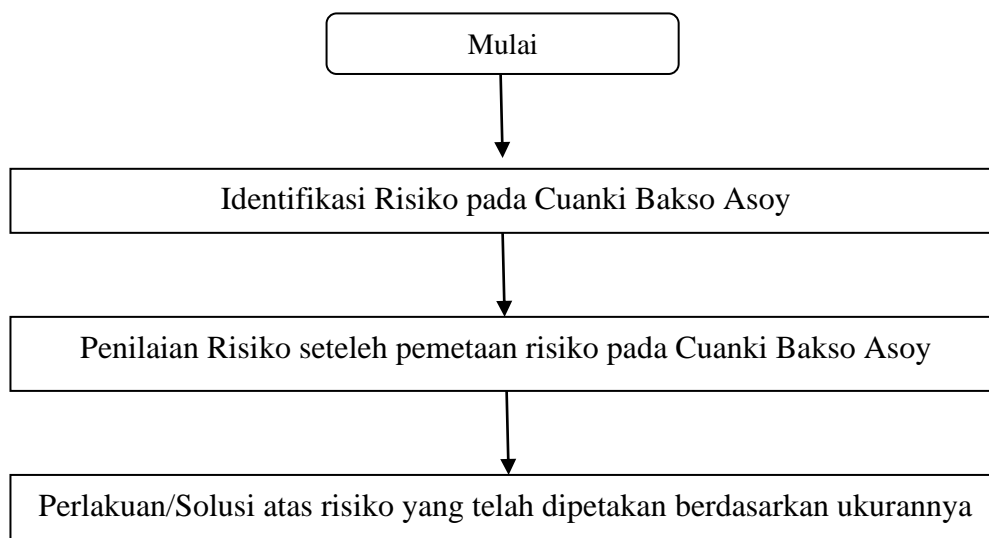
### ***Sumber dan metode pengumpulan***

Sumber dan metode pengumpulan data dari penelitian ini yakni metode wawancara oleh karena itu sumber data yang dipakai pasti sumber data primer. Dalam metode wawancara ini sendiri peneliti mengulas berbagai macam kendala serta penjualan yang terjadi pada Asoy tahun 2018-2019, operasional perusahaan sampai jenis produk yang dijual oleh karena itu peneliti dapat langsung memetakan hal apa kemungkinan kemungkinan apa yang akan datang.

Garis besarnya penelitian ini bertujuan untuk memetakan risiko risiko yang ada dalam suatu organisasi yang dimaksudkan untuk memprediksi dan melihat kemungkinan risiko apa saja yang akan terjadi serta menyusun manajemen strategi apa yang perlu diterapkan dalam organisasi tersebut.

### ***Kerangka Penelitian***

Menurut paparan pada latar belakang dan landasan teori, maka kerangka konseptual dalam penelitian ini sebagai berikut :



#### 4. HASIL DAN PEMBAHAN

##### Hasil

Pelaku UMKM banyak yang kurang peduli akan risiko yang berdampak langsung pada usahanya. Mereka hanya berfokus pada mencari laba padahal risiko itu sendiri sangat berkaitan dengan operasional perusahaan yang nantinya akan berdampak langsung pada profit perusahaan. Oleh karena itu para pelaku usaha UMKM perlu memperhatikan proses – proses manajemen resiko.

Manajemen risiko pada dasarnya dilakukan melalui proses proses yang terdiri atas :

1. Melakukan identifikasi risiko

Mengidentifikasi risiko yang akan terjadi supaya dapat memanajemen risiko dengan baik dan mengetahui risiko tersebut dapat dihadapai, dihindari, ataupun ditransfer. Hal yang perlu diperhatikan dalam mengidentifikasi risiko menurut Bambang Ryanto Rustam yaitu dilakukan identifikasi risiko secara berkala dan melakukan analisis dari seluruh sumber risiko.

UMKM Cuanki Asoy telah teridentifikasi risiko risiko yang ada terbagi atas 4 kelompok risiko

- I. Risiko Keuangan

- a. Usaha terhenti ini dapat disebabkan kurangnya modal karena ini merupakan suatu bisnis keluarga sehingga menimbulkan keterbatasan persediaan sehingga menyebabkan warung terbengkalai, dan tidak ada pemasukan
- b. Harga semakin mahal dapat disebabkan adanya inflasi dari bahan baku seperti naiknya harga daging dan barang pokok lainnya disamping itu juga berkaitan langsung dengan harga ekspedisi karena produk utamanya langsung mengambil dari Bandung
- c. Uang usaha digunakan untuk kepentingan dapat disebabkan karena pencatatan akuntansi yang belum tersistemasi dan dapat mengakibatkan modal usaha yang berkurang

- II. Risiko Operasional

- a. Kurangnya tenaga kerja dapat disebabkan karena terbatasnya modal sehingga menyebabkan servis yang kurang cepat
- b. Operasional tidak teratur dapat disebabkan tidak ada SOP yang jelas sehingga menyebabkan tidak ada konsistensi rasa, pelayanan, dan pencatatan laporan keuangan
- c. Kehilangan branding perusahaan dapat disebabkan karena tidak mempunyai SIUP dan ini menyebabkan tidak konsisten dalam waktu buka dan tutup

- III. Risiko pemasaran

- a. Tempat yang jauh dari target pemasaran dapat disebabkan karena terbatasnya modal sehingga dapat menyebabkan tidak tepat pada target pemasaran, dan berkurangnya konsumen
- b. Pemasaran yang lambat ini disebabkan karena promosi yang minim, tidak membuka cabang, buta pemasaran, dan kurang melihat potensi pasar ini menyebabkan berkurangnya omzet penjualan
- c. Produk tidak terkenal luas ini disebabkan karena makanan cepat basi dan tidak mempunyai mesin vakum karena produk

ini merupakan produk basah jadi akan cepat basi jika produk ini tidak menggunakan mesin vakum sealer dan mesin tersebut cukup mahal sehingga mengakibatkan penjualan yang kurang luas.

#### IV. Risiko Produk

Risiko produk merupakan Risiko yang meyatu dengan dengan Risiko Operasional, namun letak perbedaannya pada Output Produk (Barang Jadi) yang telah dihasilkan oleh suatu perusahaan. Yang memiliki hubungan erat langsung dengan konsumen (*Customer*). Tentunya Dalam sebuah bisnis dari sektor apapun pasti memiliki sebuah risiko yang perlu diantisipasi dan dapat diminimalisir supaya risiko tersebut tidak menjadi sebuah *weakness point* bagi perusahaan.

Kuantitas produk tidak sesuai standar, saat ini UMKM Cuanki Cuanki Asoy belum memiliki standart yang baku untuk rasa dan kuantitas masing-masing produk dalam satu kemasan. Belum ada ukuran yang pasti terkait hal tersebut. Dari 3 Risiko yang telah diidentifikasi, untuk risiko yang pertama yaitu

- a. Produk Kadaluarsa, sering terjadi pada bisnis-bisnis makanan terutama pada bahan baku. Hal ini disebabkan oleh karena bisa jadi produk tidak laku sehingga terlalu lama disimpan, atau sistem pengelolaan terhadap bahan baku atau produk dari perusahaan tersebut masih lemah, dari objek yang kita teliti Cuanki Asoy Jember selama 2 tahun terakhir ini, hanya mengalami probabilitas sebanyak 6 kali, dan hal itu dapat mempengaruhi kepercayaan pelanggan terhadap produk yang dihasilkan oleh Cuanki Asoy itu sendiri, dan dapat mengalami penurunan penjualan.
- b. Untuk yang kedua, yaitu kemasan produk kurang menarik, tergantung cara perusahaan dapat mendesign sebaik mungkin produk tersebut dapat memikat konsumen, penting bagi perusahaan untuk bisa beradaptasi dengan selera konsumen yang seiring waktu terus berubah, perlu sebuah inovasi dari pihak perusahaan untuk bisa mengemas atau mendesign produk sebaik mungkin, agar terlihat menarik dan memberikan kepercayaan kepada konsumen. Sejauh ini Cuanki Asoy hanya mengalami 1 kali, dan itupun langsung melakukan evaluasi terhadap produk mereka.
- c. Terakhir, yang ketiga yaitu Kuantitas produk Tidak Sesuai Standar, risiko ini sering terjadi karena Produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan hal yang diinginkan, untuk usaha Junk Food atau Makanan Cepat Saji, biasa mendapat keluhan dari konsumen, terkait standar atau proporsi yang perlu diperhatikan lagi, hal ini disebabkan karena Human Resource yang error atau kelalaian dari tenaga kerja itu sendiri, dan perlu sebuah evaluasi kembali. Untuk bisa lebih teliti dan lebih selektif dalam menyajikan produknya, risiko ini terjadi hanya sebanyak 2 kali, di Cuanki Asoy Jember The Syeril.

2. Penilaian Risiko

Setelah melakukan identifikasi risiko dari kegiatan yang terjadi pada UMKM Cuanki Asoy. Ditemukan beberapa risiko pada masing-masing risiko keuangan, risiko produk, risiko operasional, dan risiko pemasaran.

Tabel 1. Penilaian Risiko pada UMKM Cuanki Asoy

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

Sumber : Data diolah

Hasil dari penilaian risiko ditemukan bahwa risiko paling besar yang terjadi pada UMKM Cuanki Cuanki Asoy terletak 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 Asoy memiliki 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 Asoy mau 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 Asoy memiliki 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 Asoy .

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

### 3. 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 Asoy menjual produk yang tidak layak konsumsi. Untuk itu, Cuanki Asoy 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 Asoy. 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 Asoy 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 Asoy untuk mengelola risiko yang ada, agar tidak menimbulkan bencana atau kerugian yang berarti.

## 5. KESIMPULAN

Teknik penulisan kedua subbagian sama seperti yang dijelaskan pada bagian atau subbagian sebelumnya. Kesimpulan merupakan intisari yang menjadi hasil utama dari penelitian atau hasil pemikiran yang disajikan secara tegas, singkat, dan jelas supaya tidak menimbulkan multitafsir. Kesimpulan disajikan dalam bentuk paragraf (bukan poin-poin).

UMKM Cuanki Asoy merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang kuliner, khususnya kuliner khas Bandung. Didirikan pada 1 Mei 2018 di sebuah kompleks perumahan di Jember. Cuanki Asoy berdiri atas kelangkaan makanan khas Bandung di jember. Menurut (Sudaryanto, 2011) UMKM merupakan salah satu sektor yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia, oleh karena itu UMKM di Indonesia perlu dalam mengantisipasi atau mengurangi kemungkinan terjadinya risiko tersebut dengan cara melakukan analisis manajemen risiko.

Dalam menganalisis manajemen risiko, hal yang dilakukan oleh UMKM Cuanki Asoy adalah melalui 3 cara yaitu mengidentifikasi risiko, menilai risiko, dan mengelola risiko. Identifikasi risiko terbagi atas 4 risiko yaitu risiko keuangan, risiko produk, risiko operasional, dan risiko pemasaran. Masing-masing risiko terbagi lagi menjadi beberapa yaitu risiko usaha terhenti, harga yang semakin mahal, modal usaha digunakan untuk kepentingan pribadi, kurangnya tenaga kerja, operasional tidak teratur, kehilangan branding usaha, tempat yang jauh dari target pemasaran, pemasaran yang lambat, produk tidak terkenal luas, produk kadaluarsa dan kemasan produk kurang menarik sehingga akan kehilangan pelanggan.

Hasil dari penilaian risiko ditemukan bahwa risiko paling besar yang terjadi pada UMKM Cuanki Cuanki Asoy 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

- Afrizal. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Djohanputro, Bramantyo. 2013. *Manajemen Risiko Korporat Terintegrasi*. Jakarta: PPM Manajemen.
- Ferry, N. I. (2006). *Manajemen Risiko Perbankan. Pemahaman Pendekatan*, 3.
- Hanafi, M. (2014). *Manajemen Risiko*. In: Risiko, Proses Manajemen Risiko, dan Enterprise Risk Management. Jakarta: Universitas Terbuka. Pp. 1-40. ISBN 9790112173
- Jayani, Hadya Dwi. 2020. Pemerintah Beri Stimulus, Berapa Jumlah UMKM di Indonesia. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/04/08/pemerintah-beri-stimulus-berapa-jumlah-umkm-di-indonesia> (25 Juli 2020)
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. 2018. *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar*. Jakarta : Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia.
- Liputan6.com. 2018. *UMKM Sumbang 60 Persen ke Pertumbuhan Ekonomi Nasional*. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3581067/umkm-sumbang-60-persen-ke-pertumbuhan-ekonomi-nasional>. Jakarta, 24 Juli 2020.
- Rachmina, Dwi. 2019. *Penilaian Rision in General*. <https://irmapa.org/penilaian-risiko-in-general/> (18 Maret 2020).
- Rianto Rustam, Bambang. 2018. *Manajemen Risiko: Prinsip, penerapan, dan Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siahaan, H. 2013. *Manajemen Risiko pada Perusahaan & Birokrasi*: Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Qoi'muddin, I., & Dahlan, A. *Analisis manajemen resiko pada PT. Bringin life Syariah*.