

ANALISIS MANAJEMEN RESIKO PADA UMKM CILOK BURHANUDDIN DI DAERAH UJUNGBATU KAB.ROKAN HULU

Sulpeni¹, Karya Saputra², Jamarzah³, Muhammad Fajri⁴, Roza Elfira⁵

^{1,2,3}Program Studi Kewirausahaan, Universitas Pasir Pengaraian

^{3,4}Program Studi Manajemen, Universitas Pasir Pengaraian

Email: bangzhul134@gmail.com¹

Abstrak

This research aims to analyze the risk management implemented by Cilok Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). Risk management is crucial in ensuring the continuity and growth of MSMEs, especially in a dynamic environment such as traditional markets. The research method used is descriptive with data collection techniques through in-depth interviews, observation and documentation studies. The main respondents are MSME owners. Data analysis was carried out using descriptive and interpretative approaches. The research results show that MSMEs have implemented several risk management practices, including risk identification, risk evaluation and mitigation measures. However, there are still several challenges in implementing risk management effectively, such as limited resources and limited understanding of risk management concepts. Based on these findings, it is recommended that there be more targeted efforts to increase awareness and risk management capacity among MSMEs, either through training, mentoring, or collaboration with other related parties. It is hoped that this research can contribute to strengthening the empowerment of MSMEs in traditional markets and contribute to a better understanding of risk management at the local level.

Keywords: MSMEs, Cilok, Business Strategy, Innovation, Finance

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen risiko yang diterapkan oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Cilok. Manajemen risiko menjadi krusial dalam memastikan kelangsungan dan pertumbuhan UMKM, terutama di lingkungan yang dinamis seperti pasar tradisional. Metode penelitian yang digunakan adalah Deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Responden utama adalah pemilik UMKM. Analisis data dilakukan dengan menggunakan pendekatan deskriptif dan interpretatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM telah menerapkan beberapa praktik manajemen risiko, termasuk identifikasi risiko, evaluasi risiko, dan langkah-langkah mitigasi. Namun demikian, masih terdapat beberapa tantangan dalam implementasi manajemen risiko secara efektif, seperti keterbatasan sumber daya dan pemahaman yang terbatas mengenai konsep manajemen risiko. Berdasarkan temuan ini, disarankan adanya upaya yang lebih terarah dalam meningkatkan kesadaran dan kapasitas manajemen risiko di kalangan UMKM, baik melalui pelatihan, pendampingan, maupun kerjasama dengan pihak terkait lainnya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperkuat keberdayaan UMKM di pasar tradisional dan menyumbangkan pemahaman yang lebih baik mengenai manajemen risiko di tingkat lokal.

Kata Kunci: UMKM, Cilok, Strategi Usaha, Inovasi, Keuangan

PENDAHULUAN

Selalu ingin aman dan hidup tentram, maka memang kebanyakan orang takut menanggung resiko. Namun semua tahap kehidupan kita mengandung resiko. Kemanapun kita mengelak atau lari dari resiko, maka disitupun kita akan menemukan resiko yang lainnya. Resiko merupakan bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan. Bahkan ada orang yang mengatakan , bahwa tak ada hidup tanpa resiko sebagaimana tak ada hidup tanpa maut. Jadi dengan demikian setiap hari kita menghadapi resiko, baik sebagai perorangan, maupun sebagai perusahaan. Orang berusaha melindungi diri terhadap resiko, demikian pula badan usaha pun harus berusaha melindungi diri terhadap resiko.

Agar resiko tidak menghalangi kegiatan perusahaan khususnya pada sector produksi, maka seharusnya itu dimanajementi dengan sebaik-baiknya. Dengan perencanaan – perencanaan yang baik, dan strategi yang tepat. Namun benarkah para pengusaha Indonesia kurang memperhatikan manajemen resiko? Program Manajemen Resiko pertama-tama bertugas mengidentifikasi resiko-resiko yang dihadapi, sesudah itu mengukur atau menentukan besarnya resiko itu dan kemudian barulah dapat dicarikan jalan untuk menghadapi atau menangani resiko itu. Ini berarti orang harus menyusun strategi untuk memperkecil ataupun mengendalikannya.

Pendeknya dengan program itu, dapatlah dilindungi keefektifan operasi perusahaan yang bersangkutan. Jadi pernyataan yang harus dicari jawabannya oleh manajer resiko antara lain adalah : Resiko apa saja yang dihadapi perusahaannya. Bagaimana dampak resiko itu terhadap kehidupan bisnis perusahaannya. Resiko mana yang harus dihadapi sendiri, mana yang harus dipindahkan kepada asuransi. Metode mana yang cocok dan efisien untuk menghadapinya.

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memainkan peranan penting dalam perekonomian Indonesia, termasuk dalam sektor kuliner. Cilok, sebagai salah satu jajanan tradisional yang banyak digemari, kini mengalami perkembangan yang pesat, bertransformasi menjadi produk yang lebih modern dan inovatif. Munculnya berbagai varian cilok, seperti cilok isi, cilok bakar, dan cilok dengan saus spesial, menciptakan peluang baru bagi para pengusaha UMKM di sektor kuliner. Namun, dengan potensi pasar yang besar, muncul juga berbagai tantangan dan risiko yang perlu dikelola secara efektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis berbagai risiko yang mungkin dihadapi oleh pelaku UMKM cilok modern serta strategi mitigasi yang dapat diterapkan untuk memastikan kelangsungan dan keberlanjutan usaha.

KAJIAN PUSTAKA**Pengertian resiko dan manajemen resiko**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Resiko adalah kemungkinan terjadinya peristiwa yang dapat merugikan perusahaan.

Vaughan (1978), mengemukakan beberapa definisi resiko sebagaimana dapat kita lihat sebagai berikut :

1. Risk is the chance of loss (Resiko adalah kerugian). Chance of loss berhubungan dengan suatu exposure (keterbukaan) terhadap kemungkinan kerugian. Dalam ilmu statistik, chance dipergunakan untuk menunjukkan tingkat probabilitas akan munculnya situasi tertentu. Sebagian penulis menolak

definisi ini karena terdapat perbedaan antara tingkat risiko dengan tingkat kerugian. Dalam hal chance of loss 100%, berarti kerugian adalah pasti sehingga risiko tidak ada.

2. Risk is the possibility of loss (Risiko adalah kemungkinan kerugian). Istilah possibility berarti bahwa probabilitas sesuatu peristiwa berada diantara nol dan satu. Namun, definisi ini kurang cocok dipakai dalam analisis secara kuantitatif.
3. Risk is uncertainty (Risiko adalah ketidakpastian). Uncertainty dapat bersifat subjective dan objective. Subjective uncertainty merupakan penilaian individu terhadap situasi risiko yang didasarkan pada pengetahuan dan sikap individu yang bersangkutan.
4. Risk is the dispersion of actual from expected result (Risiko merupakan penyebaran hasil aktual dari hasil yang diharapkan). Sedangkan Manajemen risiko adalah suatu sistem pengawasan risiko dan perlindungan harta benda, hak milik dan keuntungan badan usaha atau perorangan atas kemungkinan timbulnya kerugian karena adanya suatu risiko. Manajemen risiko adalah suatu pendekatan terstruktur/metodologi dalam mengelola ketidakpastian yang berkaitan dengan ancaman; suatu rangkaian aktivitas manusia termasuk : Penilaian risiko, pengembangan strategi untuk mengelolanya dan mitigasi risiko dengan menggunakan pemberdayaan/pengelolaan sumberdaya. Strategi yang dapat diambil antara lain adalah memindahkan risiko kepada pihak lain, menghindari risiko, mengurangi efek negatif risiko, dan menampung sebagian atau semua konsekuensi risiko tertentu

Manajemen Operasional

Mencakup berbagai tantangan yang dapat memengaruhi kelangsungan dan kinerja bisnis. Beberapa risiko utama termasuk gangguan pada rantai pasokan, Seperti keterlambatan bahan baku atau kenaikan harga yang tiba-tiba, Serta kegagalan teknologi atau peralatan yang dapat menghentikan produksi. Selain itu, Pengelolaan keuangan yang kurang baik, Seperti pencatatan yang tidak teratur atau salah hitung biaya, Dapat menyebabkan masalah arus kas dan bahkan kebangkrutan. Sumber daya manusia yang tidak terampil atau kurangnya pelatihan juga dapat menghambat efisien operasional dan menurunkan kualitas produk. UMKM juga harus menghadapi resiko eksternal, Seperti perubahan permintaan pasar atau bencana alam, Yang sering kali sulit diprediksi dan dikendalikan. Tanpa manajemen resiko yang baik, masalah kecil dapat dengan cepat membesar dan dampak signifikan pada usaha.

Proses Manajemen Risiko.

Proses manajemen risiko dapat menggunakan standar ISO 31000:2018, yaitu pedoman standar, instruksi, dan tuntutan bagi sebuah organisasi untuk membangun sebuah pondasi yang terdiri dari 3 kerangka utama, yaitu:

1. Identifikasi Risiko (Risk Identification)
2. Analisis Risiko (Risk Analysis)
3. Evaluasi Risiko (Risk Evaluation)
4. Perlakuan Risiko (Risk Treatment)

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif dengan melakukan wawancara dan observasi pada Pedagang cilok yaitu Bapak Burhanuddin. Penelitian kualitatif deskriptif bertujuan untuk menggambarkan fenomena yang terjadi secara mendalam dan rinci, tanpa menguji hubungan sebab akibat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaku UMKM banyak yang kurang peduli akan resiko yang berdampak langsung pada usahanya. Mereka hanya berfokus pada mencari laba padahal resiko itu sendiri sangat berkaitan dengan operasional perusahaan yang nantinya akan berdampak langsung pada UMKM Cilok perlu memperhatikan proses- proses manajemen resiko.

Setelah dilakukan proses identifikasi risiko dan wawancara dengan pemilik cilok yaitu bapak burhanuddin. Didapatkan beberapa risiko yang mungkin terjadi yang dapat menghambat tujuan bisnis, yaitu:

A. Risiko Keuangan

1. Deskripsi Pengelolaan Keuangan UMKM Cilok. Pengelolaan keuangan UMKM Cilok saat ini menunjukkan adanya kekurangan dalam struktur dan sistematisasi. Banyak pelaku usaha di sektor ini tidak melakukan pencatatan keuangan secara teratur, sehingga sulit untuk membedakan antara pendapatan yang diperoleh dan pengeluaran yang dikeluarkan. Hal ini berpotensi menyebabkan kebingungan dalam mengelola arus kas serta menghambat kemampuan mereka untuk membuat keputusan finansial yang tepat. Pengelolaan keuangan yang tidak terstruktur ini sering kali menjadi penyebab utama kegagalan usaha, karena pelaku usaha tidak dapat mengidentifikasi masalah keuangan yang mungkin terjadi hingga terlambat
2. Dampak dari Pengelolaan Keuangan yang Buruk. Dampak dari pengelolaan keuangan yang tidak teratur sangat signifikan. Pertama, ketidakmampuan untuk mengevaluasi keuntungan dan kerugian membuat pelaku usaha sulit untuk memahami kinerja bisnis mereka secara keseluruhan. Tanpa pemahaman yang jelas tentang posisi keuangan, perencanaan untuk ekspansi atau pengembangan usaha menjadi terhambat. Mereka mungkin melewatkan peluang investasi atau pengembangan produk baru karena kurangnya data yang mendukung keputusan tersebut. Selain itu, dalam situasi darurat atau ketika menghadapi tantangan ekonomi, UMKM yang tidak memiliki catatan keuangan yang baik akan kesulitan mendapatkan akses pembiayaan dari lembaga keuangan, karena mereka tidak dapat menunjukkan kesehatan finansial mereka
3. Mitigasi Melalui Teknologi dan Pelatihan. Untuk mengatasi masalah ini, penting bagi UMKM Cilok untuk menerapkan langkah-langkah mitigasi. Salah satu solusi adalah dengan menggunakan aplikasi sederhana untuk pencatatan keuangan. Aplikasi ini dapat membantu pelaku usaha mencatat transaksi harian dengan lebih mudah dan efisien, sehingga mereka dapat melihat arus kas masuk dan keluar secara real-time. Selain itu, pelatihan dasar manajemen keuangan juga sangat diperlukan untuk meningkatkan pemahaman para pelaku usaha mengenai pentingnya pengelolaan keuangan yang baik. Melalui pelatihan ini, mereka dapat belajar cara melakukan pencatatan harian, menyusun anggaran, serta memahami prinsip-prinsip dasar

pengelolaan kas. Dengan demikian, penerapan praktik pengelolaan keuangan yang lebih baik dapat menjadi kunci bagi UMKM untuk meningkatkan kinerja dan pertumbuhan bisnis mereka di masa depan

B. Risiko Pasar

1. Deskripsi Persaingan di Pasar Makanan Ringan. Pasar makanan ringan, khususnya untuk produk seperti cilok, saat ini dipenuhi oleh berbagai pedagang yang menawarkan jenis makanan serupa. Hal ini menciptakan lingkungan bisnis yang sangat kompetitif di mana setiap pedagang berusaha menarik perhatian konsumen dengan cara masing-masing. Dalam konteks ini, banyaknya pilihan yang tersedia bagi konsumen dapat menjadi bumerang bagi pelaku usaha yang tidak mampu membedakan produk mereka dari kompetitor. Jika semua produk terlihat sama, konsumen cenderung memilih berdasarkan harga atau lokasi, sehingga keuntungan dari loyalitas pelanggan menjadi sulit dicapai.
2. Dampak dari Kurangnya Diferensiasi Produk. Salah satu dampak paling signifikan dari tingginya persaingan ini adalah potensi kehilangan pelanggan. Jika sebuah usaha tidak memiliki diferensiasi produk yang jelas, maka akan sulit untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada maupun menarik pelanggan baru. Konsumen saat ini semakin cerdas dan kritis dalam memilih produk; mereka mencari nilai lebih dalam setiap pembelian. Tanpa adanya keunikan atau inovasi dalam produk yang ditawarkan, pelaku usaha berisiko kehilangan pangsa pasar kepada kompetitor yang lebih kreatif dan mampu memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen dengan lebih baik. Selain itu, ketidakmampuan untuk membedakan diri juga dapat menyebabkan stagnasi dalam pertumbuhan bisnis dan mengurangi daya saing di pasar.
3. Strategi Mitigasi Melalui Inovasi dan Promosi Digital. Untuk menghadapi tantangan persaingan yang ketat ini, penting bagi pelaku usaha untuk menerapkan strategi mitigasi yang efektif. Salah satu langkah strategis adalah melakukan inovasi pada varian produk. Dengan menciptakan variasi baru dari cilok atau mengembangkan produk turunan yang menarik, pelaku usaha dapat memberikan alasan kepada konsumen untuk memilih produk mereka dibandingkan dengan produk lain di pasaran. Misalnya, menawarkan cilok dengan berbagai rasa atau bahan tambahan yang unik dapat menarik perhatian konsumen baru dan meningkatkan minat pelanggan lama. Selain inovasi produk, promosi digital juga menjadi alat penting dalam menjangkau pelanggan baru. Di era digital saat ini, penggunaan media sosial dan platform online lainnya untuk mempromosikan produk dapat membantu pelaku usaha menjangkau audiens yang lebih luas. Melalui konten menarik seperti foto makanan yang menggugah selera, video proses pembuatan, atau penawaran spesial, pelaku usaha dapat meningkatkan visibilitas merek mereka dan menarik perhatian konsumen potensial. Selain itu, kampanye pemasaran digital yang tepat sasaran dapat membantu membangun komunitas penggemar setia di sekitar merek tersebut. Dengan menggabungkan inovasi produk dan strategi promosi digital yang efektif, pelaku usaha cilok dapat tidak hanya bertahan tetapi juga berkembang dalam pasar makanan ringan yang kompetitif ini. Ini akan memungkinkan mereka untuk menciptakan pengalaman unik bagi pelanggan dan membangun hubungan

jangka panjang dengan audiens mereka.

C. Risiko Operasional

1. Deskripsi Ketergantungan pada Lokasi dan Gangguan Cuaca. Bagi pelaku usaha cilok, lokasi usaha yang ramai menjadi salah satu kunci untuk menarik pelanggan. Lokasi yang strategis, seperti dekat dengan pusat keramaian, sekolah, atau tempat wisata, dapat meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas produk. Namun, ketergantungan yang tinggi pada lokasi tersebut juga membawa risiko. Salah satu tantangan utama adalah cuaca. Pada musim hujan, misalnya, jumlah pengunjung di area tersebut cenderung menurun secara signifikan. Banyak orang enggan keluar rumah atau pergi ke tempat-tempat terbuka saat cuaca buruk, sehingga berdampak langsung pada penjualan. Selain itu, jika lokasi usaha tidak berada di area yang strategis atau ramai, potensi untuk mendapatkan pelanggan juga akan berkurang.
2. Dampak dari Ketergantungan pada Lokasi dan Cuaca. Dampak dari ketergantungan ini sangat nyata dan dapat terlihat dalam penurunan pendapatan harian. Pada hari-hari hujan atau ketika lokasi usaha tidak strategis, pelaku usaha mungkin mengalami penurunan penjualan yang signifikan. Hal ini dapat menyebabkan fluktuasi pendapatan yang tidak stabil, yang pada gilirannya memengaruhi arus kas dan kemampuan untuk memenuhi kewajiban finansial. Penurunan pendapatan harian ini bisa menjadi tantangan serius bagi kelangsungan usaha, terutama bagi UMKM yang sering kali beroperasi dengan margin keuntungan yang tipis. Jika kondisi ini terus berlanjut, pelaku usaha mungkin terpaksa mengambil langkah-langkah drastis untuk bertahan hidup, seperti mengurangi biaya operasional atau bahkan menutup usaha.
3. Strategi Mitigasi Melalui Diversifikasi Lokasi dan Produk. Untuk mengatasi tantangan ini, pelaku usaha perlu menerapkan strategi mitigasi yang efektif. Salah satu langkah yang dapat diambil adalah menambah alternatif lokasi penjualan. Dengan mencari peluang untuk menjual produk di tempat-tempat lain seperti pasar malam, acara lokal, atau festival kuliner, pelaku usaha dapat memperluas jangkauan pasar mereka dan mengurangi ketergantungan pada satu lokasi saja. Ini tidak hanya membantu menjangkau lebih banyak pelanggan tetapi juga menciptakan peluang baru untuk meningkatkan penjualan di luar jam operasional biasa. Selain itu, menjual produk cilok dalam bentuk frozen (beku) juga merupakan strategi mitigasi yang cerdas. Dengan menawarkan cilok frozen sebagai cadangan, pelaku usaha dapat memberikan pilihan kepada pelanggan untuk membeli produk mereka meskipun cuaca tidak mendukung untuk makan di tempat. Produk frozen ini bisa dipasarkan melalui berbagai saluran distribusi seperti toko kelontong atau platform online. Ini tidak hanya memberikan alternatif bagi pelanggan tetapi juga membantu pelaku usaha menjaga arus kas meskipun terjadi penurunan penjualan di lokasi utama. Dengan menerapkan strategi diversifikasi lokasi dan produk ini, pelaku usaha cilok dapat mengurangi risiko yang terkait dengan ketergantungan pada lokasi tertentu dan gangguan cuaca. Hal ini akan memungkinkan mereka untuk tetap beroperasi secara efisien dan menjaga stabilitas pendapatan meskipun menghadapi tantangan eksternal. Selain itu, pendekatan ini juga membuka peluang untuk inovasi dan pengembangan bisnis lebih lanjut di masa depan.

D. Risiko Sumber Daya/Karyawan.

1. Deskripsi Tantangan Terhadap Tenaga Kerja dan Pasokan Bahan Baku.

Tenaga Kerja: Ketergantungan pada tenaga kerja yang terbatas dengan keahlian minimal merupakan salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku usaha cilok. Meski memiliki cukup banyak pekerja, namun jika mereka tidak dilengkapi dengan keahlian yang sesuai, maka hal ini dapat mengganggu produktivitas dan kualitas produksi. Contohnya, jika staf produksinya masih belum mahir dalam teknik pembuatan cilok tradisional, maka hasil akhirnya mungkin tidak sesuai dengan standar yang diharapkan. Hal ini bukan hanya berdampak pada reputasi merek tetapi juga dapat mengurangi kepuasan pelanggan. Selain itu, kekurangan keahlian juga dapat menyebabkan waktu produksi yang lebih lama, sehingga berkontribusi pada penundaan pengiriman pesanan dan potensi hilangnya order.

Pasokan Bahan Baku: Pasokan bahan baku yang tidak stabil merupakan masalah lain yang serius. Bahan-bahan pokok seperti tepung, air, dan rempah-rempah adalah komponen esensial dalam pembuatan cilok. Jika pasokan bahan baku ini tidak pasti, maka produksi dapat terganggu secara tiba-tiba. Contoh klasik adalah ketika suatu daerah mengalami banjir atau kecelakaan transportasi yang menghalangi pengiriman barang-barang mentah. Situasi ini tidak hanya mengganggu rencana produksi tetapi juga dapat menyebabkan kehabisan stock, sehingga pelaku usaha harus beradaptasi dengan cepat untuk menghindari kekosongan rak dan kehilangan pelanggan.

2. Dampak dari Masalah Tenaga Kerja dan Pasokan Bahan Baku. Fluktuasi pendapatan adalah konsekuensi logis dari gangguan produksi. Saat produksi terganggu, maka volume penjualan akan menurun. Hal ini berarti bahwa pendapatan harian juga akan menurun, sehingga berdampak pada stabilitas keuangan perusahaan. Untuk mengantisipasi fluktuasi ini, pelaku usaha perlu memiliki strategi keuangan yang fleksibel dan siap menghadapi situasi darurat. Namun, jika tidak ada upaya preventif yang adekvat, maka fluktuasi pendapatan dapat menyebabkan kesulitan dalam memenuhi kewajiban finansial dan mengancam kelangsungan usaha.

3. Strategi Mitigasi Melalui Kemitraan dan Pelatihan Dasar. Untuk mengatasi tantangan ini, pelaku usaha perlu menerapkan strategi mitigasi yang efektif. Berikut adalah dua strategi yang dapat diimplementasikan: Memberikan Pelatihan Dasar kepada Tenaga Kerja: Memberikan pelatihan dasar kepada tenaga kerja adalah langkah penting untuk meningkatkan keahlian mereka. Dengan memberikan training yang komprehensif tentang teknik pembuatan cilok tradisional, pelaku usaha dapat meningkatkan kualitas produksi dan meningkatkan efisiensi waktu. Pelatihan ini tidak hanya fokus pada teknis pembuatan tetapi juga soft skill seperti teamwork dan time management. Hasilnya adalah tim produksi yang lebih koordinatif dan produktif, sehingga dapat memproduksi produk yang berkualitas tinggi secara konsisten.

Analisis SWOT

Faktor Internal	Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
Produksi	Proses produksi sederhana dan hemat biaya.	Kapasitas produksi terbatas pada usaha kecil
Keuangan	Modal awal rendah	Manajemen keuangan tidak terstruktur
Pemasaran	Harga terjangkau dan mudah dijangkau konsumen	Ketergantungan pada lokasi strategis.
Inovasi Produk	Potensi diversifikasi tinggi.	Varian produk masih terbatas.

Faktor Eksternal	Peluang (Opportunities)	Ancaman (Threats)
Pasar	Permintaan makanan ringan terus meningkat	Persaingan ketat dari pedagang serupa
Digitalisasi	Kemajuan teknologi untuk pemasaran online	Sulit beradaptasi dengan pemasaran digital.
Legalitas	Dukungan pemerintah bagi UMKM.	Risiko hukum jika tanpa izin (PIRT, NIB).

1. Matriks Risiko Keuangan

Faktor	Deskripsi	Dampak	Kemungkinan	Peristiwa yang Mungkin Terjadi
Pencatatan Keuangan	Tidak ada pencatatan pendapatan dan pengeluaran.	Tinggi	Tinggi	Kesulitan mengevaluasi keuntungan, kesalahan pengelolaan modal usaha.
Modal Usaha	Modal tidak mencukupi untuk memenuhi permintaan.	Tinggi	Sedang	Ketidakmampuan menambah produksi saat permintaan meningkat secara tiba-tiba.

2. Matriks Risiko Pasar

Faktor	Deskripsi	Dampak	Kemungkinan	Peristiwa yang Mungkin Terjadi
Persaingan Pasar	Banyak pesaing dengan produk serupa.	Sedang	Tinggi	Penurunan pelanggan jika tidak ada inovasi.
Daya Beli Konsumen	Penurunan daya beli pada kondisi ekonomi sulit.	Tinggi	Sedang	Penjualan menurun saat terjadi inflasi atau krisis ekonomi.

Tren Pasar	Tidak mengikuti tren makanan kekinian.	Sedang	Sedang	Cilok dianggap kurang menarik oleh generasi muda tanpa diferensiasi.
------------	--	--------	--------	--

3. Matriks Risiko Operasional

Faktor	Deskripsi	Dampak	Kemungkinan	Peristiwa yang Mungkin Terjadi
Ketergantungan Lokasi	Lokasi kurang strategis atau tidak ramai.	Tinggi	Tinggi	Penjualan menurun karena sepi pengunjung di lokasi tertentu.
Cuaca Tidak Mendukung	Penjualan terganggu saat musim hujan.	Tinggi	Sedang	Pelanggan enggan membeli karena cuaca buruk.

4. Matriks Risiko Sumber Daya

Faktor	Deskripsi	Dampak	Kemungkinan	Peristiwa yang Mungkin Terjadi
Keterbatasan Tenaga Kerja	Kurangnya tenaga kerja terampil.	Tinggi	Tinggi	Produksi melambat atau kualitas produk menurun karena kurangnya pelatihan.
Pasokan Bahan Baku	Ketergantungan pada satu pemasok bahan baku.	Tinggi	Sedang	Produksi terganggu jika pemasok mengalami keterlambatan atau kekurangan stok.
Turnover Karyawan	Tingginya tingkat pergantian karyawan.	Sedang	Sedang	Stabilitas produksi terganggu karena harus melatih karyawan baru terus-menerus.

KESIMPULAN

Manajemen risiko pada UMKM cilok sangat penting untuk menjaga kelangsungan usaha. Risiko yang dihadapi oleh UMKM cilok dapat dikelompokkan menjadi risiko operasional, pasar, finansial, dan karyawan. Dengan mengidentifikasi risiko-risiko ini dan merumuskan strategi mitigasi yang tepat, UMKM cilok dapat mengurangi dampak negatif yang ditimbulkan serta memanfaatkan peluang yang ada untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Ujungbatu, sebagai salah satu kawasan di Kab.Rokan Hulu, memiliki potensi besar untuk pengembangan UMKM berkat lokasinya yang strategis, aksesibilitas yang baik, dan karakteristik masyarakat yang mendukung usaha kecil. Dengan meningkatnya permintaan terhadap produk lokal, UMKM di Ujungbatu memiliki peluang signifikan untuk tumbuh dan berkontribusi pada ekonomi daerah. Namun, terdapat tantangan seperti persaingan yang ketat, keterbatasan modal, dan rendahnya adopsi teknologi yang harus diatasi. Oleh karena itu,

pengembangan UMKM di Mekarwangi memerlukan strategi yang mencakup diversifikasi usaha, peningkatan akses modal, adopsi teknologi, peningkatan kualitas produk, serta kolaborasi dengan komunitas dan institusi. Dengan penerapan strategi yang terarah, UMKM di Mekarwangi dapat menjadi motor penggerak ekonomi yang inovatif, berdaya saing tinggi, dan berkelanjutan, serta memberikan manfaat bagi masyarakat setempat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aven, T. (2012). *Foundations of Risk Analysis: A Knowledge and Decision-Oriented Perspective*. Wiley.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2023). *Statistik UMKM di Indonesia*. Jakarta: BPS.
- Budi, S. (2014). "Manajemen Risiko dalam Usaha Kecil dan Menengah." *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(2), 45-59.
- ISO 31000:2018. *Risk Management – Guidelines*. International Organization for Standardization.
- Kasmir. (2021). *Manajemen Keuangan: Teori dan Praktik*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th Edition)*. London: Pearson.
- Mukhlis, M., & Hasan, A. (2017). Analisis Manajemen Risiko pada UMKM Sektor Kuliner. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 18(1), 75-88.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Hoboken: Wiley.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana, Y. (2013). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tanter, E. (2015). "Strategi Menghadapi Risiko Bisnis pada UMKM." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 13(1), 1-12.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Yahya, L. M., Nazaruddin, E., Alfiana, M. P., & Sabrina, C. P. (2023). Analisis Daya Tarik Konsumen Toko Kue Balqis Di Payakumbuh Dengan Correspondence Analysis. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(7), 1603-1611.
- Yuliansyah, M. (2018). "Risiko Usaha Kuliner dalam Industri Makanan Ringan." *Jurnal Pangan dan Gizi*, 7(2), 53-62.