

MANAJEMEN RESIKO BISNIS PADA UMKM STIK TEMPOYAK CAPCUS DIJAMBI

Yusbardini

Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara

Email :yusbardini@fe.untar.ac.id

Abstrak

Setiap usaha UMKM pasti memiliki risiko bisnis yang harus dihadapi Diperlukan manajemen Risiko yang efektif. Manajemen risiko yang efektif membantu UMKM mengurangi potensi kerugian finansial, meningkatkan ketahanan bisnis, dan memungkinkan mereka untuk menjalankan operasi mereka dengan lebih sukses dalam menghadapi ketidakpastian ,dapat meningkatkan kemampuan UMKM untuk mendapatkan akses ke pembiayaan dan bersaing di pasar yang semakin kompleks. Analisis risiko adalah alat penting bagi UMKM untuk mengelola ketidakpastian dan menjaga bisnis mereka tetap berkelanjutan dan berkembang. Hal ini juga memungkinkan UKM untuk bersaing dengan lebih baik dalam pasar yang semakin dinamis dan kompetitif.Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah memberikan pemahaman kepada UMKM untuk mengelola resiko bisnis agar bisnis dapat berkelanjutan dalam menghadapi ketidakpastian. Kegiatan PKM dilakukan secara daring pada UMKM Stik Tempoyak CAP CUS yang berlokasi di Jambi. Pelaksanaan kegiatan PKM dilakukan pada bulan Mei 2025. Diharapkan dengan adanya kegiatan PKM ini UMKM Stik Tempoyak CAP CUS mampu Melawati dan mengelola reko bisnis yang ada.

Kata kunci : Manajemen resiko, UMKM

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional dan daerah, khususnya dalam penciptaan lapangan kerja serta peningkatan kesejahteraan masyarakat. Berbagai studi menunjukkan bahwa UMKM sektor pangan memiliki ketahanan relatif baik dalam menghadapi krisis ekonomi, namun di sisi lain juga rentan terhadap berbagai risiko bisnis apabila tidak dikelola secara profesional (Tambunan, 2018; Prasetyo & Huda, 2020).Salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM adalah manajemen risiko bisnis, yang mencakup risiko persaingan, risiko keuangan, risiko pemasaran, dan risiko permodalan. Penelitian-penelitian terkini menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM di Indonesia belum memiliki pemahaman yang memadai terkait identifikasi dan mitigasi risiko usaha, sehingga berdampak pada rendahnya keberlanjutan bisnis (Sari et al., 2019; Nugroho & Setiawan, 2021).

Risiko persaingan, khususnya pada sektor makanan ringan, semakin meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah pelaku usaha dan perubahan preferensi konsumen.Dari aspek permodalan dan pengelolaan keuangan, studi empiris menunjukkan bahwa lemahnya pencatatan keuangan menjadi penyebab utama UMKM sulit mengakses pembiayaan formal dan mengalami kesulitan dalam pengambilan keputusan usaha (Rahmawati et al., 2020). UMKM yang tidak melakukan pemisahan antara keuangan pribadi dan keuangan usaha cenderung mengalami ketidakstabilan arus kas dan sulit mengukur kinerja usahanya secara akurat. Selain itu, keterbatasan literasi keuangan juga meningkatkan risiko kegagalan usaha dalam jangka panjang (Putri & Yuliana, 2022). Dalam konteks pemasaran, perkembangan teknologi digital sebenarnya membuka peluang besar bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar. Namun, berbagai penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital oleh UMKM masih belum optimal akibat keterbatasan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha (Wibowo et al., 2019;

Handayani & Suryanto, 2023). Kondisi ini menyebabkan produk UMKM sulit bersaing dengan produk sejenis yang telah menerapkan strategi pemasaran digital secara efektif.

Beberapa upaya pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan oleh pihak lain menunjukkan bahwa pendampingan manajemen risiko, pelatihan pencatatan keuangan sederhana, serta penguatan strategi pemasaran mampu meningkatkan kapasitas dan kinerja UMKM secara signifikan (Lestari et al., 2021; Kurniawan et al., 2022). Hasil-hasil pengabdian tersebut menegaskan bahwa pendekatan partisipatif dan kontekstual sesuai karakteristik UMKM menjadi kunci keberhasilan program pemberdayaan. UMKM Stik Tempoyak Capcus di Jambi merupakan usaha camilan berbasis kearifan lokal dengan potensi pasar yang besar. Namun demikian, UMKM ini menghadapi permasalahan yang sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya, yaitu tingginya persaingan usaha, keterbatasan permodalan, strategi pemasaran yang belum optimal, serta pengelolaan keuangan yang masih sederhana. Kondisi ini menunjukkan perlunya intervensi berbasis manajemen risiko bisnis yang aplikatif dan mudah diterapkan.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan hilirisasi dari hasil penelitian terkait manajemen risiko dan pengelolaan UMKM yang telah dilakukan oleh peneliti maupun peneliti lain. Hilirisasi ini diwujudkan dalam bentuk pendampingan dan pelatihan manajemen risiko bisnis yang disesuaikan dengan karakteristik UMKM Stik Tempoyak Capcus. Melalui kegiatan ini diharapkan terjadi peningkatan kapasitas pelaku UMKM dalam mengidentifikasi, mengelola, dan memitigasi risiko usaha, sehingga mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif, di mana pelaku UMKM Stik Tempoyak CapCus terlibat secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Kegiatan PKM dilakukan secara Daring melalui Zoom. Adapun tahapan pelaksanaan meliputi:

1. Identifikasi Masalah. Tahap awal dilakukan melalui observasi langsung dan wawancara dengan pemilik UMKM Stik Tempoyak Capcus. Kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi kondisi usaha, proses produksi, sistem pemasaran, serta pengelolaan keuangan yang diterapkan.
2. Analisis Risiko Bisnis. Berdasarkan hasil identifikasi, dilakukan analisis risiko bisnis yang mencakup risiko persaingan, risiko permodalan, risiko pemasaran, dan risiko keuangan. Analisis ini digunakan untuk menentukan tingkat risiko dan dampaknya terhadap keberlangsungan usaha.
3. Penyuluhan dan Pelatihan. Kegiatan penyuluhan diberikan dalam bentuk pemaparan materi tentang konsep dasar manajemen risiko bisnis, pentingnya pencatatan keuangan sederhana, strategi pemasaran, serta pengelolaan modal usaha. Pelatihan dilakukan secara langsung dengan contoh kasus yang sesuai dengan kondisi UMKM.
4. Pendampingan. Pendampingan dilakukan dengan membantu pelaku usaha dalam menyusun pencatatan keuangan sederhana, mengidentifikasi strategi pemasaran yang lebih efektif, serta merumuskan langkah-langkah mitigasi risiko usaha.
5. Evaluasi. Evaluasi dilakukan untuk melihat tingkat pemahaman dan penerapan manajemen risiko bisnis oleh pelaku UMKM setelah kegiatan pengabdian dilaksanakan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Mitra dalam kegiatan PKM ini adalah UMKM **Stik Tempoyak Capcus** yang bergerak di bidang produksi camilan berbahan dasar tempoyak khas Jambi. UMKM ini berlokasi di Kota Jambi dan dikelola oleh satu orang pemilik dengan dibantu tenaga kerja keluarga. Produk yang dihasilkan dipasarkan secara terbatas di lingkungan sekitar dan melalui pesanan langsung.

Sebelum pelaksanaan PKM, UMKM belum memiliki sistem manajemen risiko usaha yang terstruktur. Pengelolaan keuangan masih dilakukan secara sederhana tanpa pencatatan yang jelas, pemasaran belum memanfaatkan media digital secara optimal, serta keterbatasan modal menghambat pengembangan usaha. Kondisi ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa UMKM sektor pangan umumnya menghadapi permasalahan serupa (Rahmawati et al., 2020; Nugroho & Setiawan, 2021).

Hasil pelaksanaan kegiatan PKM berdasarkan tahapan identifikasi permasalahan dan analisis risiko usaha pelaksanaan kegiatan PKM dilaksanakan dengan metode daring melalui Zoom. Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa risiko utama yang dihadapi mitra meliputi risiko persaingan akibat banyaknya produk camilan sejenis, risiko permodalan karena keterbatasan dana usaha, risiko pemasaran akibat jangkauan pasar yang terbatas, dan risiko keuangan karena tidak adanya pencatatan keuangan yang terpisah antara usaha dan pribadi. Temuan ini menguatkan hasil studi empiris yang menyebutkan bahwa ketidakmampuan UMKM dalam mengidentifikasi risiko menyebabkan rendahnya daya saing dan keberlanjutan usaha (Sari et al., 2019). Kegiatan penyuluhan dilaksanakan dengan memberikan materi tentang konsep dasar manajemen risiko bisnis, pentingnya literasi keuangan, serta strategi pemasaran sederhana yang dapat diterapkan UMKM. Pelaku UMKM menunjukkan antusiasme tinggi dan mulai memahami pentingnya mengenali risiko usaha sejak dini. Hasil ini sejalan dengan penelitian Lestari et al. (2021) yang menyatakan bahwa penyuluhan dan edukasi manajemen risiko dapat meningkatkan kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya pengelolaan usaha yang sistematis.



Gambar 1. Kegiatan penyuluhan manajemen risiko bisnis melalui zoom

Pada tahap pelatihan dan pendampingan, mitra dibimbing secara langsung dalam menyusun pencatatan keuangan sederhana yang meliputi pencatatan pemasukan, pengeluaran, dan perhitungan laba. Selain itu, mitra juga didampingi dalam merumuskan langkah-langkah mitigasi risiko usaha, seperti penyesuaian harga jual dan pemanfaatan media sosial untuk promosi produk. Pendampingan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan keterampilan mitra dalam mengelola usaha secara lebih terencana. Hal ini mendukung temuan Handayani dan Suryanto (2023) yang menyatakan bahwa pendampingan berkelanjutan lebih efektif dibandingkan pelatihan satu arah.

Pada Pelatihan ini mitra diberikan berbagai solusi untuk menangani masalah yang berkaitan dengan resiko usaha antara lain solusi terhadap Risiko Persaingan Usaha akibat banyaknya produk camilan sejenis dengan harga yang kompetitif. Sebagai solusi, tim PKM memberikan arahan perlunya melakukan diferensiasi produk, antara lain melalui penegasan keunikan produk berbasis tempoyak khas Jambi serta perbaikan kemasan sederhana agar lebih menarik. Pendekatan ini sejalan dengan hasil penelitian Prasetyo dan Huda (2020) yang menyatakan bahwa diferensiasi produk mampu meningkatkan daya saing UMKM di tengah persaingan pasar yang ketat.



Gambar 2. diferensiasi produk UMKM Stik Tempoyak CapCus.

Keterbatasan modal menjadi salah satu risiko yang menghambat peningkatan kapasitas produksi. Melalui kegiatan PKM, mitra diberikan pemahaman mengenai pengelolaan modal kerja, perencanaan kebutuhan modal, serta alternatif sumber pembiayaan yang sesuai bagi UMKM, seperti koperasi dan lembaga keuangan mikro. Selain itu, mitra didorong untuk meningkatkan efisiensi biaya produksi sebagai langkah mitigasi risiko permodalan. Hal ini sesuai dengan temuan Nugroho dan Setiawan (2021) yang menyatakan bahwa pengelolaan modal kerja yang baik dapat menekan risiko keuangan UMKM.

Risiko pemasaran ditandai dengan terbatasnya jangkauan pasar dan ketergantungan pada penjualan langsung. Sebagai solusi, mitra diarahkan untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, seperti penggunaan WhatsApp dan Instagram untuk memperluas jangkauan konsumen. Hasil pendampingan menunjukkan peningkatan pemahaman mitra mengenai strategi pemasaran digital sederhana. Temuan ini mendukung penelitian Wibowo et al. (2019) dan Handayani dan Suryanto (2023) yang menyebutkan bahwa pemasaran digital mampu meningkatkan visibilitas produk UMKM secara signifikan.



Gambar 3. Pemasaran Stik Tempoyak melalui Bazar

Sebelumnya mitra PKM, belum melakukan pencatatan keuangan secara rutin sehingga sulit mengetahui kondisi laba usaha. Melalui pelatihan dan pendampingan, mitra mulai menerapkan pencatatan keuangan sederhana, meliputi pencatatan pemasukan, pengeluaran, dan laba bersih, serta pemisahan keuangan pribadi dan usaha. Solusi ini terbukti meningkatkan kesadaran mitra terhadap pentingnya pengelolaan keuangan yang baik sebagai upaya mitigasi risiko usaha. Hasil ini sejalan dengan penelitian Putri dan Yuliana (2022) yang menyatakan bahwa pencatatan keuangan sederhana dapat meningkatkan keberlanjutan UMKM.

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) berupa pendampingan manajemen risiko bisnis pada UMKM **Stik Tempoyak Capcus** di Jambi telah terlaksana dengan baik dan sesuai dengan tahapan yang direncanakan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa UMKM mitra sebelumnya belum menerapkan manajemen risiko usaha secara terstruktur, khususnya dalam menghadapi risiko persaingan, permodalan, pemasaran, dan pengelolaan keuangan. Melalui kegiatan penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan, terjadi peningkatan pemahaman dan mitra dalam mengidentifikasi serta mengelola risiko usaha.

Solusi yang diberikan, seperti diferensiasi produk, perencanaan modal kerja, pemanfaatan pemasaran digital, serta penerapan pencatatan keuangan sederhana, mampu membantu mitra dalam meminimalkan risiko usaha dan meningkatkan pengelolaan bisnis secara lebih profesional. Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini merupakan bentuk hilirisasi hasil penelitian yang memberikan dampak nyata bagi UMKM mitra. Penerapan manajemen risiko bisnis yang

sederhana dan aplikatif terbukti dapat meningkatkan daya saing serta mendukung keberlanjutan usaha UMKM Stik Tempoyak Capcus di Jambi.

DAFTAR PUSTAKA

- Handayani, S., & Suryanto. (2023). Pendampingan pemasaran digital bagi UMKM sektor pangan untuk meningkatkan daya saing usaha. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 8(2), 145–153.
- Kurniawan, A., Pratama, R., & Dewi, L. (2022). Pemberdayaan UMKM melalui pendampingan manajemen usaha dan keuangan. *Jurnal Abdimas*, 6(1), 55–63.
- Lestari, D., Wahyuni, S., & Rahman, A. (2021). Penguatan kapasitas UMKM melalui pelatihan manajemen risiko usaha. *Jurnal Pengabdian Ekonomi dan Bisnis*, 4(2), 98–106.
- Nugroho, H., & Setiawan, B. (2021). Pengelolaan modal kerja dan keberlanjutan usaha UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(1), 25–34.
- Prasetyo, E., & Huda, N. (2020). Strategi diferensiasi produk sebagai upaya peningkatan daya saing UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 112–120.
- Putri, R. A., & Yuliana, I. (2022). Literasi keuangan dan pencatatan keuangan sederhana pada UMKM. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Mikro*, 5(1), 1–10.
- Rahmawati, N., Sari, M., & Fadli, A. (2020). Analisis pengelolaan keuangan UMKM dan implikasinya terhadap kinerja usaha. *Jurnal Akuntansi Terapan*, 3(2), 87–95.
- Sari, D. P., Hasanah, U., & Maulana, R. (2019). Manajemen risiko pada UMKM sektor pangan di Indonesia. *Jurnal Manajemen Risiko*, 4(1), 45–54.
- Tambunan, T. (2018). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, Tantangan, dan Kebijakan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Wibowo, A., Nugraha, D., & Prakoso, R. (2019). Pemanfaatan media sosial dalam pengembangan pemasaran UMKM. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(3), 210–218.