

ANALISIS MANAJEMEN RISIKO PADA UMKM AYAM GEPREK MASBOY MENGGUNAKAN SWOT

Yuliati^{1*}, Dwi Safitriyana², Prudent Putri Angelica³, Roni Yunus⁴

¹⁻⁴Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Institut Maritim Prasetya Mandiri
Labuhan Ratu, Kec. Kedaton, Kota Bandar Lampung, Lampung 35132
atiy0315@gmail.com¹, dwis19349@gmail.com², prudentputriangelica@gmail.com³

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen risiko pada UMKM Ayam Geprek Masboy dengan menggunakan metode *SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)*. Metode ini digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mempengaruhi keberlangsungan usaha. Berdasarkan analisis yang dilakukan, ditemukan bahwa kekuatan utama UMKM ini terletak pada kualitas produk dan harga yang terjangkau. Namun, kelemahan yang ditemukan berupa keterbatasan modal dan promosi. Peluang yang dapat dimanfaatkan adalah tren makanan cepat saji dan kolaborasi dengan aplikasi pesan antar. Ancaman yang dihadapi meliputi persaingan ketat dan kenaikan harga bahan baku. Rekomendasi diberikan untuk mengurangi risiko dan memaksimalkan potensi usaha.

Kata kunci: Manajemen Risiko, SWOT, UMKM, Ayam Geprek Masboy

ABSTRACT

This research aims to analyze risk management at the Ayam Geprek Masboy using the SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) method. This method is used to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats that affect the sustainability of the business. Based on the analysis conducted, it was found that the main strength of this SME lies in the quality of the product and its affordable price. However, the identified weaknesses include limited capital and promotion. The opportunities that can be leveraged are the fast-food trend and collaboration with delivery service applications. The threats faced include tight competition and rising raw material prices. Recommendations are provided to mitigate risks and maximize the business's potential.

Keywords: Risk Management, SWOT, UMKM, Ayam Geprek Masboy

Article History

Received: Oktober 2024
Reviewed: Oktober 2024
Published: Oktober 2024

Plagiarism Checker No 234
Prefix DOI : Prefix DOI :
10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author
Publish by : Musytari



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia. Khususnya dalam menciptakan lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Namun, di balik kontribusi yang signifikan ini, UMKM juga menghadapi berbagai tantangan yang dapat mengancam kelangsungan bisnis mereka. Salah satu tantangan utama yang sering diabaikan adalah manajemen risiko. Risiko yang tidak dikelola dengan baik dapat mengakibatkan kerugian finansial, penurunan kualitas produk, hingga kebangkrutan.

Ayam Geprek Masboy sebagai salah satu UMKM yang bergerak di bidang kuliner, tidak terlepas dari berbagai risiko yang dapat mempengaruhi operasional dan pertumbuhan bisnisnya. Mulai dari fluktuasi harga bahan baku, perubahan selera konsumen, hingga kompetisi yang semakin ketat, semua faktor ini dapat mempengaruhi stabilitas usaha. Oleh karena itu, penting bagi Ayam Geprek Masboy untuk memiliki strategi manajemen risiko yang efektif. Adapun Ayam Geprek Masboy termasuk cukup diminati masyarakat khususnya anak muda. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya cabang Ayam Geprek Masboy yang tersebar baik di Bandar Lampung maupun luar Bandar Lampung.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji berbagai risiko yang dihadapi oleh UMKM Ayam Geprek Masboy, serta menganalisis bagaimana manajemen risiko dapat diterapkan secara efektif. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan rekomendasi praktis bagi UMKM lain dalam menerapkan manajemen risiko yang tepat, sehingga mampu bertahan dan berkembang di tengah tantangan bisnis yang ada. Analisis SWOT digunakan untuk menentukan beberapa faktor yang meliputi *Strength*, *Weakness*, *Opportunity* dan *Threats* sebagai penggambaran kondisi UMKM Ayam Geprek Masboy. Menurut Kotler (2011), analisis SWOT adalah alat yang ampuh untuk memahami dinamika pasar dan manajemen risiko dalam bisnis kecil dan menengah

2. METODE PENELITIAN

Proses Manajemen Risiko

Manajemen risiko adalah proses identifikasi, penilaian, dan pengendalian ancaman yang dapat mengganggu operasi bisnis atau merugikan aset perusahaan. Risiko ini bisa berasal dari berbagai sumber, seperti ketidakpastian finansial, kegagalan dalam operasional, bencana alam, atau perubahan peraturan. Dalam konteks UMKM, manajemen risiko bertujuan untuk meminimalkan dampak negatif dari faktor-faktor tersebut, sambil memaksimalkan peluang yang ada.

Manajemen risiko harus dilakukan secara proaktif dan berkelanjutan dengan lima tahap utama yang harus dilalui, yaitu: identifikasi risiko, analisis risiko, evaluasi risiko, penanganan risiko, dan pemantauan serta tinjauan risiko.

1. Identifikasi Risiko

Tahap pertama dalam manajemen risiko adalah mengidentifikasi risiko yang mungkin mempengaruhi operasional bisnis. Pada tahap ini, pemilik usaha perlu mengenali semua sumber risiko, baik dari faktor internal maupun eksternal. Faktor internal bisa berasal dari operasional bisnis, seperti keterlambatan pasokan bahan baku atau masalah manajemen keuangan. Sementara itu, faktor eksternal bisa berupa perubahan kondisi ekonomi, kebijakan pemerintah, atau persaingan pasar.¹

2. Analisis Risiko

Setelah risiko teridentifikasi, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis risiko. Pada tahap ini, risiko yang ada dikaji untuk memahami sejauh mana dampaknya terhadap bisnis. Analisis ini mencakup penilaian terhadap kemungkinan terjadinya risiko dan seberapa besar dampaknya jika risiko tersebut terjadi. Analisis risiko dapat dilakukan secara kualitatif (dengan skala dampak) atau kuantitatif (dengan menghitung kerugian finansial).²

3. Evaluasi Risiko

Setelah analisis dilakukan, risiko dievaluasi untuk menentukan prioritas penanganan. Pada tahap ini, UMKM perlu memutuskan apakah suatu risiko bisa diterima atau harus segera ditangani. Evaluasi risiko dilakukan dengan membandingkan tingkat risiko yang dihasilkan dari analisis dengan kriteria risiko yang telah ditetapkan sebelumnya. Risiko yang tingkatannya tinggi akan diprioritaskan untuk mitigasi, sedangkan risiko yang lebih rendah mungkin bisa ditoleransi.³

4. Penanganan Risiko (Mitigasi)

Tahap selanjutnya adalah menangani risiko yang telah dievaluasi. Ada empat strategi utama dalam penanganan risiko: menghindari risiko, mengurangi risiko, mentransfer risiko (misalnya dengan asuransi), atau menerima risiko. UMKM perlu memilih strategi yang paling sesuai dengan kapasitas dan kondisi usahanya.⁴

5. Pemantauan dan Tinjauan Risiko

Tahap terakhir dalam proses manajemen risiko adalah pemantauan dan tinjauan risiko secara berkala. Ini dilakukan untuk memastikan bahwa langkah-langkah penanganan risiko berjalan efektif dan untuk mengidentifikasi risiko baru yang mungkin muncul seiring berjalannya waktu. Proses ini penting untuk adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis.⁵

Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk menganalisis manajemen risiko pada UMKM Ayam Geprek Masboy melalui pendekatan SWOT. Metode kualitatif deskriptif melibatkan tiga tahapan utama: reduksi data, penyajian data, dan

¹ R. Hillson, *Effective Opportunity Management for Projects: Exploiting Positive Risk* (CRC Press, 2019), 21.

² Timothy L. Gallati, *Risk Management for Financial Institutions* (McGraw-Hill, 2019), 67.

³ Sari Kartika, "Analisis SWOT dalam Pengembangan UMKM," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 15, no. 1 (2019): 51

⁴ John C. Hull, *Risk Management and Financial Institutions* (Wiley, 2018), 112.

⁵ Timothy L. Gallati, *Risk Management for Financial Institutions* (McGraw-Hill, 2019), 68.

penarikan kesimpulan/verifikasi.⁶ Penelitian kualitatif deskriptif tidak hanya bertujuan untuk menjelaskan fenomena yang diamati, tetapi juga untuk memberikan interpretasi terhadap fenomena tersebut dalam konteks sosialnya.⁷ Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh pemahaman yang mendalam terkait faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi UMKM tersebut, baik dalam aspek kekuatan, kelemahan, peluang, maupun ancaman.

Data penelitian dikumpulkan dari dua sumber utama, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha, karyawan, serta pelanggan, di samping observasi langsung terhadap kegiatan operasional bisnis. Sedangkan data sekunder berasal dari dokumen perusahaan, seperti laporan keuangan, catatan penjualan, serta literatur terkait yang relevan. Prosedur pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur untuk menggali lebih lanjut strategi manajemen risiko yang diterapkan oleh UMKM, disertai dengan observasi guna memahami proses produksi, pengelolaan stok, serta interaksi dengan pelanggan. Studi dokumentasi dilakukan untuk menganalisis data keuangan dan operasional yang berkaitan dengan risiko yang mungkin dihadapi.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis SWOT, dengan fokus pada identifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman).⁸ Hasil analisis ini dijadikan dasar untuk merumuskan strategi mitigasi risiko yang efektif bagi UMKM Ayam Geprek Masboy. Penelitian dilaksanakan di lokasi usaha Ayam Geprek Masboy dengan subjek penelitian yang mencakup pemilik, karyawan, dan pelanggan yang telah berinteraksi secara langsung dengan usaha tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strengths (Kekuatan)

Ayam Geprek MasBoy memiliki beberapa kekuatan yang menjadi fondasi keberhasilan bisnisnya:

- a. Kualitas Produk: Ayam geprek yang ditawarkan memiliki rasa khas dengan bumbu tradisional yang digemari oleh pelanggan.
- b. Harga yang Terjangkau: Harga yang kompetitif menjadi daya tarik utama bagi segmen pasar menengah ke bawah.⁹
- c. Lokasi Strategis: Letak outlet yang berada di kawasan padat penduduk dan dekat dengan kampus membuat bisnis ini mudah dijangkau oleh target pasar utama, yaitu mahasiswa.

⁶ Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook* (SAGE Publications, 1994), 10-12.

⁷ John W. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (SAGE Publications, 2014), 234.

⁸ Gurel, Emet, dan Merba Tat. "SWOT Analysis: A Theoretical Review." *Journal of International Social Research* 10, no. 51 (2017): 994.

⁹ Budi Wahyudi, "Analisis Manajemen UMKM di Indonesia," *Jurnal Ekonomi Indonesia* 12, no. 3 (2020): 45.

Kekuatan-kekuatan ini memberikan keuntungan kompetitif bagi Ayam Geprek Masboy dalam bersaing di pasar kuliner lokal.¹⁰

2. *Weaknesses* (Kelemahan)

Meskipun memiliki sejumlah keunggulan, UMKM ini juga memiliki beberapa kelemahan:

- a. Ketergantungan pada Supplier: Bahan baku utama seperti ayam dan bumbu berasal dari supplier tertentu, sehingga ketika ada masalah pasokan, operasional bisa terganggu.
- b. Keterbatasan Modal: Modal usaha yang terbatas menjadi kendala dalam mengembangkan bisnis, terutama untuk ekspansi ke pasar yang lebih luas.
- c. Manajemen SDM yang Kurang Optimal: Pelatihan dan pengelolaan sumber daya manusia masih perlu ditingkatkan, terutama dalam menghadapi lonjakan permintaan saat jam sibuk.

3. *Opportunities* (Peluang)

Ada beberapa peluang yang dapat dimanfaatkan oleh Ayam Geprek MasBoy:

- a. Peningkatan Tren Kuliner Online: Meningkatnya penggunaan aplikasi pemesanan makanan *online* seperti GoFood dan GrabFood memberikan peluang untuk memperluas jangkauan pasar.¹¹
- b. Inovasi Produk: Peluang untuk mengembangkan varian produk baru, seperti menu dengan tingkat kepedasan yang berbeda atau produk sampingan seperti minuman atau makanan ringan.¹²
- c. Ekspansi Pasar: Peluang untuk membuka cabang baru di daerah yang belum terjangkau, khususnya di area perumahan atau kawasan bisnis yang ramai.

4. *Threats* (Ancaman)

Beberapa ancaman yang dihadapi oleh UMKM ini antara lain:

- a. Persaingan yang Ketat: Banyaknya bisnis ayam geprek baru yang menawarkan produk serupa dengan harga yang kompetitif.¹³
- b. Perubahan Selera Konsumen: Selera konsumen yang cenderung berubah mengikuti tren dapat mengurangi permintaan terhadap produk Ayam Geprek MasBoy jika tidak ada inovasi yang dilakukan.
- c. Krisis Ekonomi: Penurunan daya beli masyarakat akibat krisis ekonomi dapat berdampak pada penurunan penjualan.¹⁴

¹⁰ Fred R. David, *Strategic Management: Concepts and Cases* (Pearson Education, 2011), 89.

¹¹ Ridwan Zulkarnain, "Manajemen Risiko pada Bisnis Kuliner," *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan* 8, no. 2 (2021): 23.

¹² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management* (Pearson, 2016), 69.

¹³ Bambang Sudaryanto, "Strategi Pemasaran pada UMKM," *Jurnal Manajemen Pemasaran* 10, no. 2 (2018): 35.

¹⁴ Fred R. David, *Strategic Management: Concepts and Cases* (Pearson Education, 2011), 92.

4. REKOMENDASI MANAJEMEN RISIKO

Berdasarkan hasil analisis SWOT, berikut adalah beberapa rekomendasi manajemen risiko yang dapat diterapkan oleh Ayam Geprek Masboy:

- a. Diversifikasi Supplier: Untuk mengurangi risiko ketergantungan pada satu supplier, Ayam Geprek MasBoy sebaiknya menjalin kerja sama dengan beberapa supplier bahan baku agar operasional tidak terganggu ketika ada masalah pasokan. Risiko terkait harga dapat diatasi dengan melakukan pemantauan harga pasar dan menjalin hubungan baik dengan pemasok tetap untuk menghindari lonjakan harga bahan baku.¹⁵
- b. Penguatan Modal: Pemilik usaha dapat mencari sumber pembiayaan tambahan, seperti pinjaman usaha kecil atau kemitraan dengan investor, untuk meningkatkan modal usaha dan mendukung ekspansi.¹⁶
- c. Inovasi Produk: Untuk menghadapi persaingan dan perubahan selera konsumen, perlu dilakukan inovasi secara berkala, baik dari segi varian menu maupun strategi pemasaran.¹⁷
- d. Pemanfaatan Teknologi Digital: Mengoptimalkan platform pemesanan online dan media sosial untuk menjangkau lebih banyak konsumen serta meningkatkan penjualan.¹⁸

5. KESIMPULAN

Manajemen risiko merupakan aspek penting dalam menjaga keberlangsungan dan pertumbuhan UMKM seperti Ayam Geprek Masboy. Melalui analisis SWOT, bisnis ini dapat mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mempengaruhi kinerjanya. Dengan menerapkan strategi yang tepat berdasarkan analisis ini, Ayam Geprek MasBoy dapat meminimalkan risiko dan memaksimalkan peluang untuk berkembang lebih lanjut di pasar kuliner yang semakin kompetitif.

¹⁵ Bambang Sudaryanto, "Strategi Pemasaran pada UMKM," *Jurnal Manajemen Pemasaran* 10, no. 2 (2018): 32.

¹⁶ Aswath Damodaran, *Investment Valuation: Tools and Techniques for Determining the Value of Any Asset* (Wiley, 2012), 63.

¹⁷ Sari Kartika, "Analisis SWOT dalam Pengembangan UMKM," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 15, no. 1 (2019): 53.

¹⁸ Budi Wahyudi, "Analisis Manajemen UMKM di Indonesia," *Jurnal Ekonomi Indonesia* 12, no. 3 (2020): 49.

DAFTAR PUSTAKA

- Gallati, Timothy L. *Risk Management for Financial Institutions*. McGraw-Hill, 2019.
- Hillson, R. *Effective Opportunity Management for Projects: Exploiting Positive Risk*. CRC Press, 2019.
- Hull, John C. *Risk Management and Financial Institutions*. Wiley, 2018.
- Kartika, Sari. "Analisis SWOT dalam Pengembangan UMKM." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 15, no. 1 (2019).
- Sudaryanto, Bambang. "Strategi Pemasaran pada UMKM." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 10, no. 2 (2018).
- Wahyudi, Budi. "Analisis Manajemen UMKM di Indonesia." *Jurnal Ekonomi Indonesia* 12, no. 3 (2020).
- Zulkarnain, Ridwan. "Manajemen Risiko pada Bisnis Kuliner." *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan* 8, no. 2 (2021).
- Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook* (SAGE Publications, 1994).
- John W. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (SAGE Publications, 2014).
- Emet Gurel dan Merba Tat, "SWOT Analysis: A Theoretical Review," *Journal of International Social Research* 10, no. 51 (2017).
- R. David, Fred. *Strategic Management: Concepts and Cases* (Pearson Education, 2011).
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management* (Pearson, 2016).
- Damodaran, Aswath. *Investment Valuation: Tools and Techniques for Determining the Value of Any Asset* (Wiley, 2012).