

Pendampingan Analisis Manajemen Risiko Bisnis Berbasis Swot pada Usaha Kuliner Tumpeng

Imanuel Madea Sakti

Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga

 Email korespondensi: imanuel.sakti@uksw.edu

Submit : 12/06/2026 | **Accept** : 28/06/2026 | **Publish** : 30/06/2026

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), especially in the culinary sector, play a strategic role in the Indonesian economy. In running their operations, these entrepreneurs face various internal and external business risks that can impact the sustainability of their businesses. However, many business owners still have limited knowledge, understanding, and awareness regarding the importance of business risk management. Therefore, entrepreneurs require education and mentoring in conducting business risk management analysis to help them formulate appropriate strategies for managing and developing their businesses in the future. This community service activity aims to provide education and mentoring for business actors in conducting business risk management analysis. The project was implemented with a small-scale culinary business specializing in catering and tumpeng (traditional Indonesian cone-shaped rice), covering the Surakarta City market and its surrounding areas. The methods used in this activity include in-depth interviews with the entrepreneur, direct business observations, and a literature study on business risk management within culinary MSMEs. The risk management analysis employs the SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) approach to identify internal and external business factors, alongside the Risk & Control Self-Assessment (RCSA) method to identify, measure, analyze, and manage risks using a risk matrix based on the likelihood of occurrence and risk impact. The risk management education activity provides entrepreneurs with a better understanding of the importance of risk management in running their business. Furthermore, the risk management analysis mentoring results in a risk register, risk priorities, risk treatments, and risk management-based business strategies that can be applied to enhance the competitiveness and sustainability of the enterprise.

Keyword: Risk Management; MSMEs; SWOT; Risk & Control Self Assessment; Risk Matrix

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terutama di sektor kuliner memiliki peran strategis dalam perekonomian di Indonesia. Dalam menjalankan usahanya, para pelaku usaha tersebut menghadapi berbagai resiko bisnis, baik secara internal maupun eksternal yang dapat mempengaruhi keberlangsungan usahanya. Namun, banyak pelaku usaha yang masih memiliki pengetahuan, pemahaman, dan kesadaran yang terbatas mengenai pentingnya aspek manajemen risiko bisnis. Oleh karena itu, para pelaku usaha membutuhkan edukasi dan pendampingan dalam melakukan analisis manajemen risiko bisnis sehingga ke depan para pelaku usaha dapat membuat strategi yang tepat dalam pengelolaan dan pengembangan usahanya. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan memberikan edukasi dan pendampingan bagi pelaku usaha dalam melakukan analisis manajemen risiko bisnis. Kegiatan ini dilaksanakan kepada salah satu usaha kuliner skala kecil dengan produk utama catering dan tumpeng dengan cakupan pasar Kota Surakarta dan sekitarnya. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah wawancara mendalam kepada pelaku usaha, observasi bisnis secara langsung serta studi literatur mengenai manajemen risiko usaha pada UMKM kuliner. Analisis

manajemen risiko menggunakan pendekatan analisis SWOT (*Strengths Weaknesses Opportunities Threats*) untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal bisnis serta *Risk & Control Self Assessment* (RCSA) untuk mengidentifikasi, mengukur, menganalisis, mengelola risiko dengan menggunakan matriks risiko berdasarkan dimensi kemungkinan terjadi dan dampak risiko. Kegiatan edukasi manajemen risiko memberikan bagi pelaku usaha mengenai pentingnya manajemen risiko dalam menjalankan usahanya dan kegiatan pendampingan analisis manajemen risiko menghasilkan daftar risiko, prioritas risiko, dan perlakuan risiko, serta strategi bisnis berbasis manajemen risiko yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usahanya.

Kata Kunci: Manajemen Risiko; UMKM; SWOT; *Risk & Control Self Assessment*; Matriks Risiko

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi negara Indonesia. Pada tahun 2025, UMKM berkontribusi sebesar 61,9% pada Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, menciptakan lapangan kerja dan menyerap 97% tenaga kerja nasional, serta mendukung pertumbuhan 2-3% jumlah UMKM di berbagai sektor usaha dari tahun 2024 dengan jumlah mencapai 65,5 juta unit usaha di tahun 2025 dan umumnya unit usaha berbasis komunitas, keluarga, dan industri rumahan (LINKUMKM.ID, 2025).

Meskipun usaha tersebut umumnya dijalankan dalam skala rumah tangga, UMKM juga menghadapi risiko bisnis yang berasal dari faktor-faktor internal (seperti kesalahan manajemen, ketidaktepatan strategi, kurangnya inovasi, dan masalah keuangan) maupun faktor-faktor eksternal (seperti persaingan bisnis, perubahan selera konsumen, kondisi ekonomi, bencana alam, dan regulasi pemerintah), hal yang juga dihadapi oleh perusahaan besar (Suherman, 2023).

Praktik manajemen risiko bisnis menjadi hal yang dibutuhkan oleh pelaku usaha, baik dalam skala besar maupun kecil, sehingga usaha tersebut dapat mengatasi atau mengurangi dampak negatif dari berbagai risiko bisnis yang muncul dan berpotensi mengancam keberlangsungan dan kesuksesan jangka panjang usaha tersebut (Suherman, 2023). Selain itu, praktik manajemen risiko juga dapat membantu UMKM lebih proaktif mempersiapkan strategi yang tepat saat menghadapi ancaman risiko tersebut di masa mendatang (Sheehan et al., 2024; Suherman, 2023), serta sebagai kunci daya saing usaha dalam menghadapi pasar yang semakin kompetitif (Kosim et al., 2024; Rianto et al., 2026).

Semakin berkembang usaha maupun lingkungan bisnis yang dinamis, maka semakin kompleks risiko yang dihadapi oleh bisnis sehingga diperlukan tata kelola dan praktik manajemen risiko yang lebih baik. Untuk mewujudkannya, para pelaku usaha perlu memiliki pemahaman dan pengetahuan yang memadai mengenai konsep-konsep dasar manajemen risiko bisnis seperti identifikasi risiko, analisis risiko, dan pengembangan strategi mitigasi risiko (Putri et al., 2023; Rianto et al., 2026).

Hal ini tidak sejalan dengan kondisi pada UMKM dimana banyak pelaku usaha yang belum memiliki pemahaman memadai mengenai peran penting manajemen risiko bagi usahanya. Umumnya, pelaku usaha masih berfokus pada kebutuhan jangka pendek dari aspek operasional dan keuangan saja, namun belum memiliki kesadaran potensi risiko yang menjadi ancaman keberlangsungan usaha dalam jangka panjang (Rianto et al., 2026).

Salah satu sektor UMKM yang bertumbuh pesat adalah sektor kuliner karena memenuhi kebutuhan pangan masyarakat sehari-hari dan relatif memiliki hambatan masuk yang rendah untuk memulai usaha ini, terutama bagi para pelaku usaha skala rumah tangga dimana usaha ini menjadi mata pencaharian utamanya (Mufidah et al., 2025).

Seperti pada UMKM Tumpeng XYZ, yang merupakan UMKM kuliner dengan skala rumah tangga yang menyediakan berbagai produk tumpeng nasi kuning, nasi box, snack box,

snack tampan, hampers, serta catering prasmanan dengan area wilayah operasionalnya di Kota Surakarta dan sekitarnya.

Meskipun telah beroperasi sejak tahun 2017 dan memiliki potensi pasar yang besar, usaha ini mengalami kesulitan dalam mengembangkan skala usaha dan bersaing ketat dengan UMKM sejenis. Hal ini diduga disebabkan oleh pelaku usaha yang cenderung hanya berfokus pada aspek teknis operasional bisnis saja namun belum memiliki kesadaran pada potensi risiko yang ada dari aspek non-teknis seperti persaingan usaha yang semakin kompetitif, fluktuasi harga bahan baku utama dan pendukung, serta kurangnya pemahaman tentang manajemen keuangan, SDM, maupun pemasaran (Mufidah et al., 2025). Kondisi ini menuntut pelaku usaha untuk memiliki pemahaman manajemen risiko yang memadai sehingga dapat beradaptasi dan menciptakan strategi bisnis yang relevan untuk menjaga keberlanjutan usahanya.

Untuk itu, diperlukan edukasi kepada pelaku untuk dapat meningkatkan pemahaman mengenai pentingnya manajemen risiko bisnis. Selain itu, pendampingan diperlukan untuk membantu pelaku usaha dalam melakukan analisis faktor internal (kekuatan & kelemahan) dan faktor eksternal (peluang & ancaman) bisnis (*SWOT Analysis*) dan analisis manajemen risiko usahanya yang mencakup identifikasi risiko bisnis (*Risk Identification*), pengukuran/penilaian tingkat risiko bisnis (*Risk Analysis*), evaluasi prioritas risiko & menentukan perlakuan risiko (*Risk Evaluation & Treatment*), dan menyusun strategi bisnis berbasis risiko internal dan eksternal (*TOWS Strategy*). Hasil kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan kesadaran risiko bisnis pelaku usaha dan menghasilkan output analisis manajemen risiko yang digunakan sebagai dasar pembuatan strategi bisnis berbasis risiko yang lebih terarah, adaptif, dan berkelanjutan bagi UMKM.

METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada UMKM Tumpeng XYZ yang bergerak di bidang usaha catering dan tumpeng di wilayah Kota Surakarta dan sekitarnya. Kegiatan dilaksanakan pada periode 1 April 2026 hingga 20 Mei 2026 dengan sasaran pendampingan yaitu 1 orang pemilik usaha dan 1 orang admin yang terlibat dalam pengelolaan operasional usaha.

Kegiatan pengabdian ini meliputi edukasi manajemen risiko dan pendampingan analisis manajemen risiko melalui wawancara mendalam dengan pelaku usaha, selain itu observasi bisnis dan studi literatur mengenai manajemen risiko UMKM dilakukan untuk memperoleh analisis lebih komprehensif terhadap risiko-risiko yang dihadapi pelaku usaha.

Kegiatan ini juga menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang dimiliki UMKM.

Pendekatan analisis manajemen risiko menggunakan *Risk & Control Self Assessment* (RCSA) yang disederhanakan untuk UMKM dimana proses identifikasi risiko, pengukuran/penilaian risiko, pengelolaan risiko, serta evaluasinya melibatkan pelaku usaha secara langsung sehingga pelaku usaha dapat meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan pemahaman risiko bisnisnya sehingga mencapai tujuan bisnis yang berkelanjutan (Amarudin & Anggraeni, 2019; GRC Indonesia, 2024; Sheehan et al., 2024).

Jenis risiko yang diidentifikasi mencakup Risiko Operasional, Risiko Pemasaran, Risiko Pasar, Risiko Keuangan, Risiko Sumber Daya Manusia, Risiko Hukum, dan Risiko Digital/Keamanan Siber. Penambahan risiko digital/keamanan siber karena perkembangan teknologi digital dan dorongan digitalisasi bisnis saat ini memungkinkan pelaku usaha UMKM menghadapi ancaman nyata dari serangan siber (Soeheria et al., 2024).

Dari berbagai risiko yang teridentifikasi, selanjutnya dilakukan pengukuran risiko menggunakan matrik tingkat kemungkinan risiko terjadi (*likelihood*) dan dampak risiko

(*impact*) dengan 3 tingkat yaitu rendah, sedang, dan tinggi seperti yang ditunjukkan pada Tabel 1 yang dikembangkan dari Istigfari & Alfiana (2024); Raynan & Mulyasari (2024).

Tabel 1. Pengukuran Risiko

Tingkat Kemungkinan Terjadi / Dampak	Rendah	Sedang	Tinggi
Tinggi/ Sering/Hampir Pasti Terjadi	Sedang / <i>Medium</i>	Tinggi / <i>High</i>	Ekstrem
Sedang/Mungkin Terjadi	Rendah / <i>Low</i>	Sedang / <i>Medium</i>	Tinggi / <i>High</i>
Rendah/Tidak Pernah/Jarang Terjadi	Rendah / <i>Low</i>	Rendah / <i>Low</i>	Sedang / <i>Medium</i>

Dari pengukuran tersebut, selanjutnya dilakukan analisis manajemen risiko berupa penentuan tingkat risiko dari risiko tingkat ekstrem sampai rendah serta penentuan prioritas risiko dan perlakuan risiko guna memitigasi atau mengurangi kemungkinan terjadinya dan dampak risiko tersebut.

Terakhir, penyusunan rekomendasi strategi bisnis berbasis risiko yang disusun berdasarkan hasil analisis SWOT dan matriks risiko mencakup strategi S-O (*Strength & Opportunities Strategies*), S-T (*Strengths & Threats Strategies*), W-O (*Weaknesses & Opportunities Strategies*), dan W-T (*Weaknesses & Threats Strategies*). Strategi yang dihasilkan diharapkan dapat membantu mitra dalam mengelola risiko usaha secara lebih terstruktur, meningkatkan daya saing, serta mendukung keberlanjutan usaha di tengah dinamika bisnis kuliner yang semakin kompetitif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal dalam sebagai dasar penyusunan strategi bisnis berbasis risiko adalah sebagai berikut:

1. *Strengths* (Kekuatan)

- Memiliki beragam produk seperti tumpeng, nasi box, snack box, snack tampah, hampers, dan prasmanan.
- Produk dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan (*customized order*).
- Memiliki hubungan yang baik dengan pelanggan melalui WhatsApp dan media sosial.
- Sudah memanfaatkan platform digital seperti WhatsApp Business, Instagram, Google Maps, dan media sosial lainnya.
- Memiliki pengalaman usaha sejak tahun 2017 dan pelanggan yang berulang (*repeat order*).
- Memiliki jaringan pemasok bahan baku dan kemasan dengan kualitas baik.
- Menyediakan layanan pengantaran mandiri maupun melalui platform online.

2. *Weaknesses* (Kelemahan)

- Pencatatan keuangan belum dilakukan secara terstruktur.
- Arus kas pribadi dan usaha masih tercampur.
- Ketergantungan proses produksi dan pengambilan keputusan pada pemilik usaha.
- Jumlah tenaga kerja terbatas terutama saat pesanan besar.
- Keterampilan tenaga kerja belum merata.
- Konsistensi pembuatan konten pemasaran belum optimal.
- Respon pelanggan lambat ketika volume chat meningkat.
- Tidak memiliki SOP tertulis.

3. *Opportunities* (Peluang)

- a. Pertumbuhan kebutuhan catering untuk acara keluarga, kantor, kampus, dan komunitas.
- b. Perkembangan teknologi & digital marketing melalui Instagram, TikTok, Facebook, Google Business, dan website serta iklan digital berbayar.
- c. Peluang kerja sama dengan perusahaan, instansi, sekolah, kampus, dan *event organizer*.
- d. Meningkatnya penggunaan layanan pesan antar dan pembayaran digital.
- e. Pemanfaatan AI dan aplikasi digital untuk pemasaran dan operasional bisnis.
- f. Program pemerintah dan lembaga yang mendukung pengembangan UMKM.

4. *Threats* (Ancaman)

- a. Persaingan usaha catering dan kuliner yang semakin meningkat baik secara online maupun offline.
- b. Harga bahan baku yang fluktuatif dan cenderung meningkat pada periode tertentu (misal bulan puasa atau akhir tahun).
- c. Pesanan yang tidak rutin dan tidak terjadi setiap hari.
- d. Review negatif atau spam pada Google Maps dan media sosial.
- e. Risiko keamanan digital seperti phishing untuk hacking dan penipuan pesanan/pembayaran online.
- f. Perubahan tren dan preferensi konsumen terhadap produk makanan.
- g. Kewajiban regulasi seperti sertifikasi halal dan kepemilikan izin usaha resmi.
- h. Tuntutan karena penggunaan aset digital ilegal/pencurian aset digital oleh orang tidak bertanggung jawab

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa UMKM Tumpeng XYZ memiliki berbagai faktor internal dan eksternal yang dapat memberikan pengaruh terhadap keberlangsungan usaha tersebut. Namun, tidak seluruh faktor tersebut memiliki tingkat urgensi yang sama dalam penanganannya. Oleh karena itu, diperlukan analisis lanjutan berupa identifikasi risiko dan pengukuran risiko untuk mengetahui tingkat risiko yang perlu segera dimitigasi.

Hasil wawancara didukung dengan observasi dan studi literatur menunjukkan bahwa terdapat 30 risiko bisnis yang teridentifikasi yang berasal dari tujuh jenis risiko:

Tabel 2. Daftar Hasil Identifikasi Risiko

Kode Risiko	Jenis Risiko	Jumlah Risiko Teridentifikasi
RO	Risiko Operasional	10
RM	Risiko Pemasaran	5
RP	Risiko Pasar	4
RD	Risiko Digital/Keamanan Siber	3
RK	Risiko Keuangan	3
RS	Risiko Sumber Daya Manusia	3
RH	Risiko Hukum	2

Tabel 2 menunjukkan bahwa terdapat jenis risiko yang paling banyak diidentifikasi adalah risiko operasional (10 item) dan paling sedikit adalah risiko hukum (2). Hal ini menunjukkan bahwa operasional bisnis menjadi aspek yang paling banyak terpapar potensi risiko dan dapat mengganggu jalannya bisnis. Sedangkan pada aspek hukum merupakan aspek yang paling jarang diperhatikan oleh pelaku usaha UMKM karena keterbatasan pemahaman risiko tersebut. Dalam konteks ini, risiko hukum berupa RH1 “Kewajiban produk makanan bersertifikasi halal dan izin usaha resmi (NIB/Nomor Induk Berusaha)” serta RH2

“Tuntutan karena menggunakan aset digital orang lain tanpa ijin atau pencurian aset digital bisnis oleh orang lain”.

Lebih lanjut, hasil identifikasi risiko perlu diukur/dinilai berdasarkan pengukuran risiko pada Tabel 1, yaitu matriks kemungkinan terjadinya risiko (*probability*) dan dampak risiko (*impact*). Hasil pemetaan risiko ini diharapkan dapat membantu pelaku usaha dalam menentukan prioritas risiko dan perlakuan risiko agar strategi bisnis yang dijalankan lebih tepat sasaran. Hasil penilaian risiko ditunjukkan oleh Tabel 3. Terdapat 5 risiko dengan kemungkinan terjadi tinggi dan dampak/keparahan tinggi yaitu RK2, RO3, RO1, RP3, dan RS3. Sebaliknya, hanya terdapat 1 risiko dengan kemungkinan terjadi rendah dan dampak/keparahan rendah, yaitu RH2.

Hasil pengukuran risiko ini menghasilkan peringkat risiko dari tingkat risiko rendah sampai risiko ekstrem yang selanjutnya digunakan untuk menentukan prioritas risiko. Hasil prioritas risiko ditunjukkan oleh Tabel 4.

Tabel 3. Hasil Penilaian Risiko

Kode Risiko	Kejadian/Peristiwa Risiko	Jenis Risiko	Kemungkinan Terjadi	Dampak / Keparahan
RO1	Respon lambat dalam menjawab pertanyaan dari calon pelanggan melalui chat WhatsApp.	Operasional	Tinggi	Tinggi
RO2	Calon pelanggan membatalkan pesanan/tidak closing penjualan maupun reschedule pesanan.	Operasional	Rendah	Sedang
RO3	Kesalahan dalam pencatatan/konfirmasi jadwal pesanan dari konsumen maupun penjual.	Operasional	Tinggi	Tinggi
RO4	Stok bahan baku dan kemasan kurang/habis.	Operasional	Rendah	Sedang
RO5	Kerusakan peralatan produksi ringan (panci/wajan, kompor, blender, alat masak kecil)	Operasional	Rendah	Rendah
RO6	Kesalahan dalam proses produksi atau pengemasan pesanan.	Operasional	Rendah	Tinggi
RO7	Keterlambatan penyelesaian pesanan karena waktu terlalu pagi & jeda waktu dengan pesanan lain pendek.	Operasional	Rendah	Tinggi
RO8	Sulit memperoleh driver taxi online (mobil) dari platform pengiriman online terutama di jam padat/momen khusus (misal jam buka puasa).	Operasional	Sedang	Sedang
RO9	Kerusakan pesanan dalam perjalanan pengiriman ke konsumen.	Operasional	Rendah	Tinggi
RO10	Keterlambatan pesanan sampai di tujuan/tempat konsumen dan kesalahan alamat.	Operasional	Rendah	Sedang

Kode Risiko	Kejadian/Peristiwa Risiko	Jenis Risiko	Kemungkinan Terjadi	Dampak / Keparahan
RM1	Tidak melakukan/tidak sempat melakukan dokumentasi foto & video pesanan sebelum dikirimkan.	Pemasaran	Rendah	Rendah
RM2	Konsistensi pembuatan konten sosial media.	Pemasaran	Rendah	Sedang
RM3	Pertumbuhan follower dan insight akun sosial media cenderung stagnan/turun.	Pemasaran	Sedang	Rendah
RM4	Komplain pelanggan terkait pesanan	Pemasaran	Rendah	Tinggi
RM5	Pembuatan konten pemasaran tidak optimal.	Pemasaran	Rendah	Rendah
RP1	Persaingan ketat usaha sejenis di sosial media Instagram	Pasar	Sedang	Sedang
RP2	Persaingan usaha catering dan kuliner semakin meningkat	Pasar	Sedang	Sedang
RP3	Pesanan tidak rutin/tidak terjadi setiap hari.	Pasar	Tinggi	Tinggi
RP4	Kenaikan harga bahan baku utama dan pendukung.	Pasar	Sedang	Tinggi
RD1	Penipuan pembayaran online.	Digital/Keamanan Siber	Rendah	Tinggi
RD2	Pengiriman link phising pada sosial media dan platform komunikasi digital untuk mengambil alih akun sosial media/ komunikasi digital (WhatsApp).	Digital/Keamanan Siber	Rendah	Tinggi
RD3	Review palsu/spam pada Google Maps	Digital/Keamanan Siber	Sedang	Tinggi
RK1	Pembayaran/pelunasan terlambat.	Keuangan	Rendah	Tinggi
RK2	Pencatatan keuangan belum dilakukan secara terstruktur.	Keuangan	Tinggi	Tinggi
RK3	Arus kas pribadi dan usaha tercampur.	Keuangan	Sedang	Tinggi
RS1	Jumlah tenaga kerja terbatas saat pesanan meningkat.	SDM	Tinggi	Sedang
RS2	Keterampilan tenaga kerja belum merata.	SDM	Sedang	Sedang
RS3	Ketergantungan proses produksi pada pemilik usaha.	SDM	Tinggi	Tinggi
RH1	Kewajiban produk makanan bersertifikasi halal dan izin usaha resmi (NIB/Nomor Induk Berusaha).	Hukum	Rendah	Tinggi

Kode Risiko	Kejadian/Peristiwa Risiko	Jenis Risiko	Kemungkinan Terjadi	Dampak / Keparahan
RH2	Tuntutan karena menggunakan aset digital orang lain tanpa ijin atau pencurian aset digital bisnis oleh orang lain.	Hukum	Rendah	Rendah

Berdasarkan Tabel 4 tersebut, terdapat lima risiko ekstrem RK2 “Pencatatan keuangan belum dilakukan secara terstruktur”, RO3 “Kesalahan dalam pencatatan/konfirmasi jadwal pesanan dari konsumen maupun penjual”, RP3 “Pesanan tidak rutin/tidak terjadi setiap hari”, RO1 “Respon lambat dalam menjawab pertanyaan dari calon pelanggan melalui chat WhatsApp”, dan RS3 “Ketergantungan proses produksi pada pemilik usaha”. Risiko-risiko tersebut memiliki kemungkinan kejadian dan dampak yang tinggi sehingga memerlukan perhatian khusus dalam pengelolaan usaha.

Empat risiko ekstrem tersebut merupakan prioritas utama bagi UMKM Tumpeng XYZ yang perlu mendapatkan perlakuan risiko yang mendesak. Perlakuan risiko untuk risiko ekstrem tersebut yaitu:

1. Memiliki buku/aplikasi digital pencatatan pesanan dan diisi setiap memperoleh pesanan maupun belanja bahan baku (RK2).
2. Double check pesanan ke konsumen serta bagian produksi dan admin. Memasukkan ke dalam Google Calendar untuk reminder pesanan secara otomatis (RO3).
3. Meningkatkan promosi di berbagai platform, menawarkan proposal kerjasama/katalog produk ke berbagai perusahaan/instansi (RP3).
4. Menggunakan auto reply pada WhatsApp Business dengan melampirkan katalog produk (RO1).
5. Melakukan pendelegasian tugas, mendokumentasikan prosedur kerja, serta meningkatkan keterlibatan admin dan tenaga kerja dalam proses produksi usaha (RS3).

Sementara itu, risiko seperti tuntutan karena menggunakan aset digital orang lain tanpa ijin atau pencurian aset digital bisnis oleh orang lain, tidak melakukan/tidak sempat melakukan dokumentasi foto & video pesanan sebelum dikirimkan, pembuatan konten pemasaran tidak optimal, dan kerusakan peralatan produksi ringan (panci/wajan, kompor, blender, alat masak kecil) berada pada kategori risiko rendah. Meskipun tidak berdampak besar dan kemungkinan terjadinya rendah sehingga relatif tidak mengganggu keberlangsungan usaha dalam jangka pendek, risiko tersebut tetap perlu mendapatkan perhatian melalui upaya perbaikan dan pengembangan kapasitas usaha secara berkelanjutan seperti yang ditunjukkan pada perlakuan risiko di Tabel 4.

Terakhir, hasil analisis SWOT dan analisis risiko ini kemudian digunakan sebagai dasar dalam penyusunan strategi bisnis berbasis risiko yang disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan UMKM Tumpeng XYZ. Dengan demikian, strategi yang dirumuskan tidak hanya berorientasi pada pengembangan usaha, tetapi juga pada upaya mitigasi risiko yang berpotensi menghambat pertumbuhan bisnis.

Tabel 4. Prioritas Risiko dan Perlakuan Risiko

Prioritas	Kode Risiko	Kejadian/Peristiwa Risiko	Jenis Risiko	Tingkat Risiko	Perlakuan Risiko
1	RK2	Pencatatan keuangan belum dilakukan secara terstruktur.	Kuangan	Ekstrem	Memiliki buku/aplikasi digital pencatatan pesanan dan diisi setiap

Prioritas	Kode Risiko	Kejadian/Peristiwa Risiko	Jenis Risiko	Tingkat Risiko	Perlakuan Risiko
					memperoleh pesanan maupun belanja bahan baku.
2	RO3	Kesalahan dalam pencatatan/konfirmasi jadwal pesanan dari konsumen maupun penjual.	Operasional	Ekstrem	Double check pesanan ke konsumen serta bagian produksi dan admin. Memasukkan ke dalam Google Calendar untuk reminder pesanan secara otomatis.
3	RP3	Pesanan tidak rutin/tidak terjadi setiap hari.	Pasar	Ekstrem	Meningkatkan promosi di berbagai platform, menawarkan proposal kerjasama/katalog produk ke berbagai perusahaan/instansi.
4	RO1	Respon lambat dalam menjawab pertanyaan dari calon pelanggan melalui chat WhatsApp.	Operasional	Ekstrem	Menggunakan auto reply pada WhatsApp Business dengan melampirkan katalog produk.
5	RS3	Ketergantungan proses produksi pada pemilik usaha.	SDM	Ekstrem	Melakukan pendelegasian tugas, mendokumentasikan prosedur kerja, serta meningkatkan keterlibatan admin dan tenaga kerja dalam proses produksi usaha.
6	RK3	Arus kas pribadi dan usaha tercampur.	Keuangan	Tinggi	Pemisahan rekening pribadi dan rekening bisnis.
7	RP4	Kenaikan harga bahan baku utama dan pendukung.	Pasar	Tinggi	Menambah stok lebih saat belanja untukantisipasi kenaikan harga pada bulan-bulan tertentu (misal saat bulan puasa), menaikkan harga produk.
8	RS1	Jumlah tenaga kerja terbatas saat pesanan meningkat.	SDM	Tinggi	Menambah tenaga freelance untuk pesanan besar dan jeda waktu pendek.

Prioritas	Kode Risiko	Kejadian/Peristiwa Risiko	Jenis Risiko	Tingkat Risiko	Perlakuan Risiko
9	RD3	Review palsu/spam pada Google Maps	Digital/Keamanan Siber	Tinggi	Aktif melakukan pemantauan review pada Google Maps secara berkala, menghapus pesan spam dan memblokir akun yang melakukan spam, memberikan edukasi ke calon konsumen untuk berhati-hati dengan pesan palsu/penipuan di Google Maps/platform lain yang mengatasnamakan pemilik bisnis.
10	RH1	Kewajiban produk makanan bersertifikasi halal dan izin usaha resmi (NIB/Nomor Induk Berusaha).	Hukum	Sedang	Mengurus sertifikasi halal dan menginformasikan kepada pelanggan di sosial media.
11	RO6	Kesalahan dalam proses produksi atau pengemasan pesanan.	Operasional	Sedang	Double check pesanan bagian produksi dan admin. Membuat daftar tugas yang perlu dikerjakan (to-do list) untuk pesanan tersebut, terutama untuk pesanan besar & customized, pembuatan SOP tertulis.
12	RO7	Keterlambatan penyelesaian pesanan karena waktu terlalu pagi & jeda waktu dengan pesanan lain pendek.	Operasional	Sedang	Membatasi jumlah, jenis dan jam/jadwal pesanan di pagi hari, memberikan jeda waktu antar pesanan minimal 1 jam, menambah tenaga freelance untuk pesanan besar & jeda waktu pendek.
13	RM4	Komplain pelanggan terkait pesanan	Pemasaran	Sedang	Menanyakan feedback konsumen setelah pesanan selesai, memberikan voucher penggantian jika terjadi kesalahan pesanan, merespon dengan cepat komplain di sosial media dan menyelesaikan lewat komunikasi personal dengan konsumen tersebut.

Prioritas	Kode Risiko	Kejadian/Peristiwa Risiko	Jenis Risiko	Tingkat Risiko	Perlakuan Risiko
14	RO9	Kerusakan pesanan dalam perjalanan pengiriman ke konsumen.	Operasional	Sedang	Memberikan wadah tambahan (misal kardus dan tali rafia) agar pesanan tidak terguncang saat perjalanan.
15	RO8	Sulit memperoleh driver taxi online (mobil) dari platform pengiriman online terutama di jam padat/momen khusus (misal jam buka puasa).	Operasional	Sedang	Menggunakan 3 platform pengiriman berbeda (Grab, Gojek, Maxim), menyediakan waktu jeda mencukupi untuk mencari driver taxi online, menggunakan tenaga kerja driver freelance untuk pengantaran mendesak.
16	RK1	Pembayaran/pelunasan terlambat.	Keuangan	Sedang	Mengirimkan reminder berkala sebelum tanggal pemesanan.
17	RD1	Penipuan pembayaran online.	Digital/Keamanan Siber	Sedang	Melakukan double check rekening dan membatasi jumlah rekening pembayaran.
18	RP2	Persaingan usaha catering dan kuliner semakin meningkat	Pasar	Sedang	Meningkatkan promosi produk pada event-event khusus seperti ulang tahun, kemerdekaan, puasa, dll, menyediakan produk tumpeng customized sesuai keinginan pelanggan.
19	RP1	Persaingan ketat usaha sejenis di sosial media Instagram	Pasar	Sedang	Menggunakan beberapa platform online untuk pemasaran (Instagram, Facebook/Meta, Tiktok, Google Maps/Business, Website), menggunakan layanan iklan berbayar untuk meningkatkan jangkauan iklan.
20	RD2	Pengiriman link phising pada sosial media dan platform komunikasi digital untuk mengambil alih akun sosial media/ komunikasi digital (WhatsApp).	Digital/Keamanan Siber	Sedang	Menerapkan Two-Factor Authentication (2FA) pada semua platform sosial media, tidak melakukan klik link asing/tidak dikenal backup data pelanggan (misal contact) secara otomatis dan

Prioritas	Kode Risiko	Kejadian/Peristiwa Risiko	Jenis Risiko	Tingkat Risiko	Perlakuan Risiko
					berkala, menautkan email recovery.
21	RM3	Pertumbuhan follower dan insight akun sosial media cenderung stagnan/turun.	Pemasaran	Sedang	Menggunakan layanan iklan berbayar untuk meningkatkan jangkauan iklan, membuat konten yang menarik dan konsisten.
22	RS2	Keterampilan tenaga kerja belum merata.	SDM	Sedang	Memberikan pelatihan untuk keterampilan khusus (misal membuat hiasan tumpeng)
23	RO10	Keterlambatan pesanan sampai di tujuan/tempat konsumen dan kesalahan alamat.	Operasional	Rendah	Menyediakan waktu jeda mencukupi untuk pengiriman pesanan berdasarkan estimasi jarak pengiriman, meminta detail alamat tujuan berdasarkan Google Maps dan ciri-ciri bangunan tujuan pengantaran, mengirimkan link pemantauan real-time perjalanan pengantaran dari driver taxi online ke konsumen.
24	RO2	Calon pelanggan membatalkan pesanan/tidak closing penjualan maupun reschedule pesanan.	Operasional	Rendah	Maksimal pembatalan/penundaan jadwal pesanan maksimal H-1 pesanan dan dikenakan biaya tambahan penggantian jadwal.
25	RO4	Stok bahan baku dan kemasan kurang/habis.	Operasional	Rendah	Menambah stok lebih saat belanja untuk antisipasi pesanan tambahan/mendadak.
26	RM2	Konsistensi pembuatan konten sosial media.	Pemasaran	Rendah	Memiliki stok foto dan video pendek untuk pembuatan konten, menggunakan AI untuk pembuatan konten, memiliki jadwal/kalendar konten secara terstruktur dan terencana.

Prioritas	Kode Risiko	Kejadian/Peristiwa Risiko	Jenis Risiko	Tingkat Risiko	Perlakuan Risiko
27	RM5	Pembuatan konten pemasaran tidak optimal.	Pemasaran	Rendah	Menggunakan aplikasi Canva, Capcut, AI untuk hasil konten optimal (bagus dan menarik audiens).
28	RM1	Tidak melakukan/tidak sempat melakukan dokumentasi foto & video pesanan sebelum dikirimkan.	Pemasaran	Rendah	Menyediakan waktu jeda mencukupi untuk melakukan sesi foto/dokumentasi pesanan sebelum dikirimkan.
29	RO5	Kerusakan peralatan produksi ringan (panci/wajan, kompor, blender, alat masak kecil)	Operasional	Rendah	Memiliki alat produksi cadangan, menyediakan alat-alat untuk perbaikan ringan, melakukan pengecekan alat produksi secara berkala.
30	RH2	Tuntutan karena menggunakan aset digital orang lain tanpa izin atau pencurian aset digital bisnis oleh orang lain.	Hukum	Rendah	Memasang watermark logo bisnis pada aset digital yang diupload di berbagai platform sosial media, menggunakan aset digital yang gratis dari platform digital (Canva, Youtube Music, Capcut Template, dll).

Hasil analisis SWOT dan analisis risiko menunjukkan bahwa UMKM Tumpeng XYZ memiliki berbagai potensi yang dapat terus dikembangkan, namun juga menghadapi sejumlah tantangan yang perlu dikelola dengan baik. Oleh karena itu, disusun strategi bisnis berbasis risiko sebagai langkah untuk membantu usaha meningkatkan daya saing, memperkuat pengelolaan usaha, dan menjaga keberlanjutan bisnis di masa mendatang.

1. Strategi S-O (*Strength & Opportunities*)

- a. Memperkuat konsistensi promosi customized order melalui berbagai platform pemasaran digital & iklan berbayar dan memanfaatkan aplikasi AI untuk membuat konten yang menarik audiens.
- b. Menawarkan proposal Kerjasama atau katalog produk ke berbagai perusahaan dan instansi untuk berbagai kegiatan seremonial khusus atau rutin.
- c. Menonjolkan konten pemasaran yang menunjukkan profil & pengalaman usaha untuk menunjukkan kredibilitas bisnis serta menghubungi customer lama tentang layanan, produk, atau promosi terbaru dengan memanfaatkan database pelanggan.

2. Strategi S-T (*Strengths & Threats*)

- a. Membuat konten pemasaran yang menunjukkan testimoni pelanggan dan mengedukasi audiens tentang maraknya penipuan online oleh mengatasnamakan bisnis.

- b. Mempublikasikan di berbagai platform digital bahwa bisnis telah memiliki ijin usaha resmi dan bersertifikat halal.
- c. Melakukan pengecekan berkala terhadap berbagai aset digital dan akun digital yang dimiliki untuk memastikan aman dari serangan siber.
- d. Menambah dan meningkatkan kerjasama dengan beberapa supplier lokal untuk memastikan mendapatkan harga dan kualitas bahan baku yang terbaik.
- e. Menggencarkan promosi khusus untuk bulan tertentu (seperti puasa atau hari kemerdekaan) lebih awal dan mengirimkan proposal penawaran instansi pemerintahan/swasta.
- f. Melakukan riset pengembangan dan keunikan produk, layanan, strategi pemasaran secara berkala untuk mengikuti tren masyarakat terkini.

3. Strategi W-O (*Weaknesses & Opportunities*)

- a. Memanfaatkan platform digital untuk melakukan pencatatan keuangan secara rapi dan terstruktur.
- b. Menyusun SOP tertulis, konten pemasaran secara terjadwal dengan memanfaatkan AI.
- c. Mencari video-video tutorial (misal menghias produk) untuk pengembangan produk dan pengembangan skills tenaga kerja.
- d. Memisahkan rekening pribadi dan bisnis atau menggunakan bank digital yang menyediakan layanan pemisahan kantong rekening.
- e. Mengikuti pelatihan atau pendampingan bisnis dari instansi pemerintahan, swasta, atau perguruan tinggi untuk meningkatkan daya saing bisnis.
- f. Mempersiapkan tenaga freelance lebih awal & stok bahan baku sebelum bulan-bulan tertentu yang ramai pesannya berlangsung (misal bulan puasa).

4. Strategi W-T (*Weaknesses & Threats*)

- a. Memiliki SOP untuk backup data dan recovery email untuk menjaga aset dan akun digital bisnis.
- b. Melibatkan semua tenaga kerja dalam hal pemasaran dan penawaran kepada kenalan instansi maupun individu.
- c. Memanfaatkan fitur *auto reply* pada saluran komunikasi (WhatsApp Business) untuk meningkatkan response rate calon pelanggan.
- d. Mendelegasikan tugas kepada tenaga kerja untuk membuat keputusan operasional seperti menolak pesanan/pembatalan/*reschedule* yang memiliki jadwal bertabrakan dengan pesanan lain berdasarkan catatan pesanan di Google Calendar.

Edukasi manajemen risiko dan pendampingan analisis manajemen risiko bisnis yang dilakukan memberikan pemahaman pelaku usaha mengenai pentingnya manajemen risiko dalam alih-alih hanya berfokus pada operasional usaha saja. Selain itu, melalui kegiatan ini, pelaku usaha sebelumnya tidak pernah mengidentifikasi/memiliki daftar risiko dalam usahanya. Namun saat ini, pelaku usaha telah mengidentifikasi 30 risiko bisnis dari 7 jenis risiko. Selain itu, pelaku usaha sudah mengetahui prioritas risiko dan perlakuan risiko yang mendesak harus dilakukan sebagai upaya preventif mitigasi risiko. Terakhir, melalui kegiatan ini, pelaku usaha telah memiliki daftar strategi bisnis berbasis risiko yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berupa kegiatan edukasi manajemen risiko dan pendampingan analisis manajemen risiko pada UMKM Tumpeng XYZ. Secara umum, kegiatan ini berhasil mengidentifikasi 30 risiko bisnis yang didominasi oleh risiko operasional sebanyak 10 risiko berpotensi mempengaruhi kelancaran operasional usaha.

Selain itu, hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa usaha ini memiliki kekuatan pada kemampuan menyediakan produk yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan (*customized product*) serta pengalaman menjalankan usaha sejak tahun 2017. Di sisi lain, kelemahan utama ditemukan pada aspek pengelolaan keuangan dan sumber daya manusia. Peluang pengembangan usaha didukung oleh semakin berkembangnya teknologi digital, termasuk pemanfaatan kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) dan pemasaran digital, sedangkan ancaman utama berasal dari tingginya tingkat persaingan usaha sejenis serta meningkatnya risiko keamanan siber.

Berdasarkan hasil analisis risiko, terdapat lima risiko dengan tingkat ekstrem yang perlu dihindari (*avoidance*) serta empat risiko dengan tingkat tinggi yang perlu dikurangi (*reduce*) melalui berbagai perlakuan risiko sebagai prioritas utama. Risiko pencatatan keuangan yang belum terstruktur, kesalahan pencatatan dan konfirmasi pesanan, pesanan yang tidak rutin, respon yang lambat terhadap pelanggan, serta ketergantungan proses bisnis pada pemilik usaha merupakan risiko-risiko prioritas utama yang berpotensi mengganggu keberlangsungan usaha apabila tidak segera dikelola dengan baik.

Melalui pendampingan ini telah disusun strategi bisnis berbasis risiko yang berfokus pada penguatan manajemen keuangan, operasional, sumber daya manusia, dan pemasaran sebagai upaya meningkatkan daya saing serta keberlanjutan usaha. Strategi yang dihasilkan diharapkan dapat menjadi pedoman bagi UMKM Tumpeng XYZ dalam mengambil keputusan bisnis secara lebih terencana dan adaptif terhadap perubahan lingkungan usaha.

Kegiatan ini masih memiliki keterbatasan karena hanya dilakukan pada satu UMKM sehingga hasil identifikasi risiko dan strategi yang diperoleh belum dapat digeneralisasikan untuk seluruh sektor usaha. Penelitian dan pengabdian selanjutnya disarankan melibatkan lebih banyak UMKM dalam industri yang sama agar diperoleh gambaran risiko bisnis yang lebih komprehensif dan strategi yang lebih bersifat khusus diterapkan pada sektor usaha terkait.

Selain itu, diperlukan pendampingan lanjutan untuk mendukung implementasi strategi bisnis yang telah disusun sehingga manfaat kegiatan dapat dirasakan secara berkelanjutan oleh mitra. Dukungan dari pemerintah, perguruan tinggi, dan sektor swasta juga diperlukan melalui program pelatihan dan pendampingan pada bidang pengelolaan keuangan, pemasaran digital, dan manajemen operasional usaha guna meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Amarudin, A. A., & Anggraeni, D. siti. (2019). Manajemen Resiko Bisnis UMKM Studi pada Produk Usaha Nikmat Boba. *ISTISMAR: Jurnal Kajian, Penelitian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 55–62.
- GRC Indonesia. (2024). *Pendekatan Risk & Control Self Assessment untuk Unit Bisnis Perusahaan*.
<https://grc-indonesia.com/pendekatan-risk-control-self-assessment-untuk-unit-bisnis-perusahaan/>
- Istigfari, N. Q., & Alfiana, A. (2024). Analisis Manajemen Risiko pada UMKM “Mie Bakso Baitul Hikmah” Soreang. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 4(4), 1610–1625.
<https://doi.org/10.62710/319hxj36>
- Kosim, M., Azis, N., Windi, W., & Yuningsih, N. (2024). Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Manusia UMKM dalam Manajemen Risiko dan Adaptasi terhadap Perubahan Pasar. *ARDHI: Jurnal Pengabdian Dalam Negri*, 2(5), 176–183.
<https://doi.org/10.61132/ardhi.v2i5.1064>
- LINKUMKM.ID. (2025). *UMKM Pahlawan Ekonomi Indonesia Tahun 2025*.
<https://linkumkm.id/news/detail/17185/umkm-pahlawan-ekonomi-indonesia-tahun-2025>

- Mufidah, A., Nieva, I., Nurmaria, L., Ashari, A., Ardian, R., & Ramadhani, N. (2025). Analisis Risiko pada Usaha Kuliner Warung Makan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 4(4), 241–150. <https://doi.org/10.54099/jpma.v4i4.1569>
- Putri, T. F., Safitri, D., Tazkia, P., Amada, S. N., Amanda, X., & Shintia, Y. (2023). Pengaruh Penerapan Manajemen Risiko Bisnis dalam Small Business Development. *MULIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 1–7.
- Raynan, M. D., & Mulyasari, H. (2024). Analisis Manajemen Risiko pada UMKM Angrkingan di Indonesia. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 1642–1653. <https://doi.org/10.62710/fz8gfr32>
- Rianto, S., Krisnawati, L., Agustin, R. E., & Hidayat, N. F. (2026). Pelatihan Manajemen Risiko Berbasis Digital bagi UMKM di Kabupaten Purbalingga. *Jurnal Kreativitas Dan Inovasi*, 6(1), 9–14. <https://doi.org/10.24034/kreanova.v6i1.7491>
- Sheehan, S. D., Zaman, L. N., & Natanegara, A. S. A. (2024). Analisis Manajemen Risiko Terhadap Usaha Kuliner Baso Bakar BRI Jatitujuh dengan Metode Pendekatan RCSA. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 2048–2056. <https://doi.org/10.62710/gdcqp784>
- Soeheria, Setiawan, A., Nasution, M. I. A., Rustam, M. T., & Dewi, R. (2024). Keamanan Siber untuk Melindungi UMKM Mikro dari Ancaman Keamanan Digital. *CORAL (Community Service Journal)*, 3(2), 82–92.
- Suherman, G. (2023). Kondisi Manajemen Risiko Bisnis pada Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Lentera Bisnis*, 12(3), 1052–1057. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v12i3.1072>