



Analisis Manajemen Risiko pada UMKM di Kabupaten Bandung Studi Kasus: AMEL COLLECTION

Reihan Ahmad Nurhakim¹, Dhafin Al-Rasyid Sastradireja², Elky Rimba Priatna³,
Aris Kurniawan⁴, Alfiana⁵

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Bandung,
Kota Bandung, Indonesia^{1,2,3,4,5}

*Email: 230313241@umbandung.ac.id¹, 230313083@umbandung.ac.id², 230313092@umbandung.ac.id³,
230313045@umbandung.ac.id⁴, alfiana.dr@umbandung.ac.id⁵

Diterima: 01-01-2026 | Disetujui: 12-01-2026 | Diterbitkan: 14-01-2026

ABSTRACT

This study looks at how small and medium businesses handle risks, using the example of AMEL COLLECTION in Bandung Regency. The research uses a descriptive qualitative method to find the main risks that could stop the business from running smoothly. These risks include problems with the market, marketing, operations, finances, and the workforce. Most of these risks are considered high, and they come from things like changes in customer demand during certain seasons, not having enough different products, poor use of digital marketing, not keeping good financial records, and not having enough workers. Using a risk matrix, the study shows that these issues need to be addressed right away. Suggestions to fix these problems include better online promotion, better control of inventory and sales, more organized financial reports, and hiring more trained employees. Managing risks well is important for making the business more stable and helping it grow in a sustainable way.

Keywords: Risk Management; MSMEs Risk Mitigation; SWOT Analysis; AMEL COLLECTION.

ABSTRAK

Penelitian ini membahas cara mengelola risiko pada usaha kecil dan menengah (UMKM) dengan mengambil contoh dari AMEL COLLECTION yang berada di Kabupaten Bandung. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif, dimana penelitian ini mengidentifikasi jenis-jenis risiko yang mengganggu kelangsungan usaha, seperti risiko dari pasar, pemasaran, operasional, keuangan, dan tenaga kerja. Mayoritas risiko yang ditemukan termasuk dalam kategori tinggi karena adanya pola belanja yang musiman, kurangnya variasi produk, promosi digital yang tidak efektif, catatan keuangan yang tidak rapi, serta kurangnya karyawan yang terlatih. Dari hasil analisis matriks risiko, diperlukan tindakan mitigasi yang segera dilakukan, seperti meningkatkan promosi digital, memperbaiki sistem pengelolaan stok dan penjualan, membuat laporan keuangan yang terstruktur, serta menambah jumlah karyawan yang sudah terlatih. Dengan mengelola risiko secara efektif, maka keberlanjutan dan stabilitas usaha UMKM dapat ditingkatkan.

Katakunci: Manajemen Risiko; UMKM; Mitigasi Risiko Analisis SWOT; AMEL COLLECTION.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Nurhakim, R. A., Dhafin Al-Rasyid, D. A.-R., Priatna, E. R., Kurniawan, A., & Alfiana, A. (2026). Analisis Manajemen Risiko pada UMKM di Kabupaten Bandung Studi Kasus: AMEL COLLECTION. *Indonesia Economic Journal*, 2(1), 283-293. <https://doi.org/10.63822/3df3hc90>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, termasuk di Kabupaten Bandung. UMKM membantu banyak orang mendapatkan pekerjaan, meningkatkan penghasilan masyarakat, dan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Meski begitu, dalam berjalannya usaha, UMKM sering menghadapi berbagai masalah yang bisa mengganggu kelangsungan dan perkembangan usaha mereka, seperti masalah pasar, operasional, pemasaran, dan keuangan.

UMKM di Kabupaten Bandung yang bergerak di bidang fashion, yaitu Amel Collection, juga menghadapi berbagai tantangan. Dalam menghadapi perubahan tren pasar, serta fluktuasi harga bahan baku, Amel Collection perlu membangun sistem manajemen risiko yang baik. Sistem ini membantu mengidentifikasi, menganalisis, dan mengendalikan risiko secara tepat. Jika tidak ada pengelolaan risiko yang memadai, risiko kerugian atau kegagalan usaha bisa semakin besar, yang berdampak pada stabilitas bisnis.

AMEL COLLECTION adalah usaha kecil yang bergerak di bidang penjualan produk fashion dan berlokasi di Kabupaten Bandung. Usaha ini menawarkan berbagai jenis produk pakaian yang sesuai dengan tren pasar dan kebutuhan pembeli, dengan fokus utama pada masyarakat setempat. Penjualan dilakukan langsung di toko. AMEL COLLECTION memiliki potensi untuk terus berkembang dengan meningkatkan cara pemasaran, memperbaiki cara mengelola usaha, serta menyesuaikan produk agar bisa bersaing dan tetap berjalan terus menerus.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah jenis usaha yang bisa membuka lebih banyak pekerjaan dan memberikan layanan ekonomi bagi masyarakat. UMKM juga membantu meratakan perekonomian, meningkatkan pendapatan rakyat, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta berperan dalam menjaga kestabilan negara.

Menurut Pasal 6 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang kriteria UMKM dalam hal modal, kriteria UMKM adalah sebagai berikut:

1. Kriteria Usaha Mikro adalah:

- a. memiliki kekayaan bersih maksimal Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. memiliki hasil penjualan tahunan maksimal Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

2. Kriteria Usaha Kecil adalah:

- a. memiliki kekayaan bersih antara Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan maksimal Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. memiliki hasil penjualan tahunan antara Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan maksimal Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3. Kriteria Usaha Menengah adalah:

- a. memiliki kekayaan bersih antara Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan maksimal Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. memiliki hasil penjualan tahunan antara Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan maksimal Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah). (Hastuti et al., n.d.)

ISO 31000 adalah standar internasional yang berfokus pada manajemen risiko. Standar ini memberikan kerangka kerja yang membantu organisasi, baik ukuran apa pun maupun jenis industri, dalam mengidentifikasi, menilai, mengevaluasi, dan mengelola risiko secara sistematis dan efisien. Tujuan dari standar ini adalah untuk membantu pengusaha dalam mengembangkan pendekatan manajemen risiko serta meningkatkan kesadaran tentang pentingnya memantau dan mengelola risiko. Standar ini tidak hanya membantu pengusaha melihat peluang dan risiko yang mungkin terjadi, tetapi juga memungkinkan mereka meminimalkan kerugian, menganalisis peluang dan ancaman, memenuhi persyaratan hukum dan peraturan yang berlaku serta norma internasional, serta memastikan adanya langkah mitigasi sebelum risiko terjadi. (Widiaty Nur Khofifah et al., n.d.)

Menurut Susanti dan Meiryani (2018), **manajemen risiko** adalah perencanaan dan pelaksanaan langkah-langkah untuk mengelola risiko dalam bisnis. Mengimplementasikan manajemen risiko berarti mempersiapkan diri menghadapi berbagai risiko yang timbul akibat semakin kompleksnya aktivitas usaha. Menurut Kasidi (2014), bisnis menghadapi risiko yang rumit karena perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Risiko adalah ketidaksesuaian dengan harapan yang bisa menyebabkan kerugian, tetapi kerugian tersebut hanya bisa dilihat setelah risiko itu terjadi.

Risiko pasar adalah permasalahan yang terjadi karena perubahan harga di pasar yang bergerak negatif, sehingga dapat merugikan UMKM. Perubahan nilai aset juga bisa menjadi bagian dari risiko ini. Risiko pasar bersifat sistematis, artinya memengaruhi seluruh pasar dan tidak bisa dihindari dengan hanya memperluas jenis investasi.

Risiko operasional adalah kemungkinan terjadinya kerugian atau kerusakan akibat kegagalan dalam proses internal, sistem, tenaga kerja, atau faktor eksternal yang bisa mengganggu operasional bisnis. Risiko ini mencakup kegagalan teknis seperti gangguan server, kesalahan karyawan, hambatan dalam proses kerja yang bisa mengganggu produksi atau layanan. Risiko operasional bisa menyebabkan kerugian finansial langsung maupun tidak langsung, seperti hilangnya kesempatan mendapatkan keuntungan.

Risiko keuangan adalah risiko yang bisa merugikan seluruh usaha. Hal ini terjadi karena berbagai faktor, baik yang terduga maupun tidak terduga. Risiko sistematis adalah jenis risiko keuangan yang tidak bisa diprediksi dan dihindari, seperti pandemik, kondisi politik yang menyebabkan inflasi, kenaikan bunga, hingga volatilitas pasar yang meningkat. Sementara risiko non-sistematis terjadi karena suatu kejadian tertentu yang menimpa perusahaan. Kerugian bisa muncul akibat keputusan atau kondisi keuangan yang tidak menguntungkan. (Nuryanti, 2024)

Risiko pemasaran memiliki dampak besar terhadap pertumbuhan UMKM. Dalam menghadapi persaingan pasar yang ketat, UMKM rentan terhadap kegagalan strategi pemasaran yang tidak efektif. Kesulitan dalam membuat strategi pemasaran yang mampu membedakan produk atau layanan akan menghambat daya saing UMKM di pasar. Selain itu, perubahan selera konsumen dan fluktuasi permintaan pasar juga menjadi risiko pemasaran yang bisa mempengaruhi pertumbuhan dan kinerja UMKM. Karena adanya risiko ini, penting bagi UMKM untuk mengelola pemasaran secara adaptif dan responsif terhadap perubahan tren pasar. (Aziz et al., 2024)

Risiko SDM adalah risiko yang terjadi karena keterlibatan karyawan dan bisa mengganggu berjalannya operasional, kondisi keuangan, atau reputasi perusahaan. Dalam UMKM, risiko ini bisa berupa kurangnya kemampuan kerja, tingkat ketidakdisiplinan yang tinggi, adanya konflik antar rekan kerja, hingga angka pengangguran karyawan yang besar. Dampaknya bisa berupa tambahan biaya untuk pelatihan, penurunan hasil kerja, serta kemungkinan menurunkan kepuasan pelanggan dan merusak citra usaha. Untuk mengatasi risiko ini, perusahaan harus mengelola secara awal dengan melakukan rekrutmen yang lebih hati-hati, memberikan pelatihan agar keterampilan meningkat, memberikan penghargaan atau hadiah, meningkatkan kesejahteraan karyawan, serta melakukan penilaian terhadap kinerja dan pelatihan secara terus-menerus. Tujuan dari upaya ini adalah memastikan karyawan bisa memberikan kontribusi positif, menciptakan lingkungan kerja yang efektif, serta memperkuat pertumbuhan usaha dalam jangka waktu yang lebih lama.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk menganalisis dan menggambarkan hasil penelitian secara jelas. Metode ini digunakan agar penelitian dapat memberikan gambaran sistematis mengenai fenomena yang diteliti. Penelitian ini akan menjelaskan berbagai risiko yang dihadapi oleh UMKM dengan mengumpulkan informasi melalui wawancara dengan pemilik usaha serta menganalisis SWOT. Proses wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai masalah dan sumber risiko yang terjadi di UMKM, sedangkan analisis SWOT dilakukan untuk memahami kondisi internal dan eksternal yang mempengaruhi keberhasilan usaha. Dengan menganalisis SWOT, suatu usaha dapat mengenali peluang yang bisa dimanfaatkan, mengantisipasi ancaman, serta mengevaluasi kekuatan dan kelemahan yang perlu diperhatikan dalam pengambilan keputusan strategis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam menghadapi tantangan yang terus berubah, AMEL COLLECTION sering menghadapi berbagai jenis risiko yang bisa mempengaruhi kemajuan usaha dan kelangsungan bisnis. Berikut adalah hasil analisis risiko yang mungkin muncul di AMEL COLLECTION:

- 1) **Risiko Pasar:** Berdasarkan hasil analisis terhadap UMKM AMEL COLLECTION, terdapat dua risiko utama yang masuk dalam kategori risiko pasar. Risiko pasar yang dihadapi meliputi perubahan tren musiman dan pola belanja konsumen yang hanya meningkat pada waktu tertentu seperti menjelang hari raya, tahun ajaran baru, atau musim liburan. Pada masa-masa lainnya, penjualan terjadi penurunan yang signifikan, sehingga memengaruhi kestabilan pendapatan usaha. Selain itu, variasi produk yang kurang menarik di luar masa ramai juga memperbesar risiko pasar, karena konsumen cenderung beralih ke toko lain yang menawarkan pilihan produk lebih beragam dan sesuai kebutuhan sehari-hari. Dari situasi ini, AMEL COLLECTION perlu melakukan upaya mitigasi yang tepat, seperti mengadakan promo mingguan agar pelanggan tetap tertarik belanja sepanjang tahun serta menambah jenis produk kebutuhan harian seperti kaos dan sandal, sehingga mampu menjaga kestabilan penjualan, memperluas pasar, dan meningkatkan daya saing usaha di tengah perubahan tren konsumen yang cepat.
- 2) **Risiko Operasional:** UMKM AMEL COLLECTION menghadapi risiko operasional terkait pengelolaan stok dan sistem penjualan yang belum memadai. Tidak adanya pengelola gudang khusus membuat proses pengawasan dan pencatatan stok tidak teratur, sehingga bisa terjadi ketidaksesuaian antara jumlah stok yang dimiliki dengan permintaan pasar, seperti penumpukan barang atau kekurangan stok ketika permintaan meningkat. Risiko ini memiliki tingkat kemungkinan yang cukup tinggi dan dampaknya cukup besar karena dapat mengganggu kelancaran bisnis serta mengurangi kepuasan pelanggan. Selain itu, sistem penjualan yang masih dilakukan secara manual membuat data sulit dipantau dengan akurat dan berpotensi menyebabkan kesalahan dalam perhitungan laba, stok, atau arus kas. Untuk mengurangi dampak negatif tersebut, AMEL COLLECTION perlu memberikan pelatihan kepada karyawan dalam pengelolaan stok dan menerapkan sistem pencatatan yang sederhana namun terstruktur agar proses operasional lebih efektif, efisien, serta mendukung stabilitas usaha dalam jangka panjang.
- 3) **Risiko Pemasaran:** Risiko pemasaran yang dihadapi oleh UMKM AMEL COLLECTION adalah kurangnya strategi promosi yang efektif, terutama dalam menggunakan media digital dan

kemampuan menarik perhatian konsumen lokal. Dari hasil analisis, terlihat bahwa usaha ini belum aktif dalam mempromosikan produk melalui media sosial dan marketplace, sehingga jangkauan pasar terbatas dan peluang menarik pelanggan baru belum optimal. Risiko ini memiliki tingkat kemungkinan dan dampak yang tinggi karena di era digital saat ini, promosi online menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing dan memperluas pasar. Selain itu, promosi yang dilakukan masih kurang menarik bagi target pasar, khususnya masyarakat setempat yang menjadi konsumen utama. Hal ini membuat pelanggan cenderung tidak tertarik untuk membeli kembali, sehingga berdampak pada penurunan penjualan. Untuk menangani masalah ini, AMEL COLLECTION perlu menerapkan beberapa strategi mitigasi, seperti mulai aktif berpromosi di media sosial dan marketplace untuk menjangkau lebih banyak audiens, serta meningkatkan kreativitas dalam kegiatan promosi langsung kepada masyarakat sekitar agar lebih sesuai dan menarik. Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan usaha ini dapat memperkuat citra merek, meningkatkan penjualan, serta mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

- 4) **Risiko Keuangan:** UMKM AMEL COLLECTION menghadapi risiko keuangan karena belum memiliki sistem pengelolaan keuangan yang terencana dan terstruktur. Pencatatan uang masih dilakukan secara sederhana dan tidak teratur, sehingga sering kali tidak ada pemisahan antara uang pribadi dan uang usaha. Hal ini menyebabkan kemungkinan kesalahan dalam menghitung laba, kesulitan mengawasi aliran uang, serta hambatan dalam mengambil keputusan bisnis yang tepat. Selain itu, karena tidak ada laporan keuangan seperti *cash flow*, laba rugi, dan neraca, pemilik usaha kesulitan mengevaluasi kondisi keuangan dan merencanakan strategi pengembangan usaha. Risiko ini memiliki potensi dan dampak yang besar karena dapat memengaruhi kelangsungan hidup bisnis secara langsung. Untuk mengurangi dampak tersebut, AMEL COLLECTION perlu menerapkan sistem pencatatan keuangan yang sederhana namun teratur, mencakup pemasukan, pengeluaran, dan keuntungan bulanan, agar pengelolaan keuangan lebih terarah dan mendukung pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.
- 5) **Risiko SDM:** Risiko dalam hal sumber daya manusia yang dihadapi oleh UMKM AMEL COLLECTION adalah kekurangan tenaga kerja di beberapa posisi yang penting, terutama di bidang pemasaran dan keuangan. Karena jumlah karyawan yang terbatas, beban kerja tidak bisa dibagi dengan baik, sehingga efisiensi dan produktivitas usaha turun. Risiko ini memiliki tingkat kemungkinan dan dampak yang tinggi karena bisa mengganggu operasional sehari-hari, memperlambat pelayanan kepada pelanggan, serta mengurangi kualitas strategi pemasaran dan pengelolaan keuangan. Untuk mengatasi masalah ini, AMEL COLLECTION perlu merekrut karyawan tambahan yang memiliki kemampuan sesuai dengan kebutuhan usaha, terutama di bidang yang mendukung peningkatan penjualan dan manajemen administrasi. Selain itu, penting juga melakukan pelatihan dan pengembangan keterampilan bagi karyawan yang sudah ada agar mereka bisa bekerja lebih efektif dan berkontribusi lebih besar terhadap kinerja bisnis secara keseluruhan.

Analisis SWOT merupakan alat strategis yang dipakai oleh organisasi untuk menilai faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja dan kesuksesannya. Metode ini bertujuan agar organisasi dapat mengenali kekuatan dan kelemahan yang ada, serta mengidentifikasi peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal (Nurochim, 2021). Melalui Analisis SWOT, organisasi dapat mengambil keputusan

strategis dan menyusun perencanaan bisnis yang lebih akurat karena semua faktor yang mungkin memengaruhi tujuan dan strategi organisasi dapat dipertimbangkan secara menyeluruh.

Kekuatan (*Strengths*) adalah faktor-faktor positif yang dimiliki oleh organisasi dan memberikan keunggulan dalam persaingan pasar, seperti SDM yang berkualitas, teknologi mutakhir, merek yang handal, atau banyaknya pelanggan yang setia.

Kelemahan (*Weaknesses*) merupakan faktor internal yang dapat menghalangi pencapaian tujuan organisasi, contohnya kekurangan sumber daya, keterbatasan kemampuan karyawan, proses kerja yang tidak efisien, atau adanya masalah pada produk dan layanan yang disediakan.

Peluang (*Opportunities*) adalah elemen yang menguntungkan dari lingkungan luar yang bisa dimanfaatkan oleh organisasi untuk bertumbuh, seperti perubahan tren pasar, peningkatan permintaan konsumen, kemajuan teknologi, atau regulasi yang mendukung kegiatan bisnis.

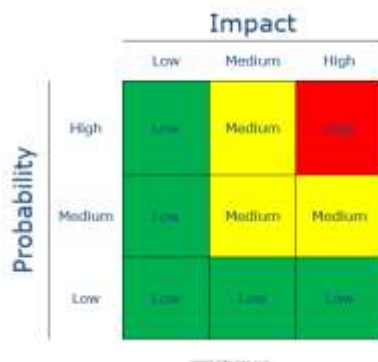
Ancaman (*Threats*) merupakan unsur negatif dari lingkungan eksternal yang dapat membahayakan organisasi, seperti persaingan yang lebih intens, regulasi yang merugikan, risiko ekonomi, atau perubahan tren konsumen yang berpengaruh negatif terhadap bisnis. (Keputusan Bisnis Dra Alfiana et al., n.d.)

Strength (Kekuatan)	Weaknesses (Kelemahan)
1. Pelayanan ramah dan cepat. 2. Tata letak toko menarik dan nyaman	1. Kekurangan Karyawan 2. Kurangnya Promosi Digital
Opportunities (peluang)	Threats (Ancaman)
1. Akan dibangun sekolah di sekitar toko 2. Menambah produk perlengkapan sekolah	1. Perubahan tren fasion cepat 2. Lokasi toko tidak strategis.

Matriks Risiko adalah alat visual yang digunakan untuk menilai dan mengklasifikasikan risiko berdasarkan tingkat dampaknya serta kemungkinan terjadinya. Alat ini membantu organisasi, termasuk usaha kecil menengah (UKM), dalam mengidentifikasi risiko mana yang segera perlu ditangani dan mana yang masih bisa diterima atau bahkan diabaikan. Dalam penerapannya, matriks risiko digunakan untuk mengelompokkan risiko menjadi tiga kategori utama, yaitu Tinggi (diberi tanda warna merah), Sedang (kuning), dan Rendah (hijau).

Matriks risiko 3x3 sering digunakan dalam pengelolaan risiko yang sederhana karena hanya memiliki tiga tingkatan kemungkinan (rendah, sedang, tinggi) dan tiga tingkatan dampak (rendah, sedang, tinggi).

Dengan menggunakan matriks ini, organisasi dapat dengan mudah mengetahui risiko yang paling penting dan membutuhkan perhatian serta alokasi sumber daya yang lebih besar agar dapat diminimalkan atau dikendalikan.



Sumber: (Nuryanti & Suparjiman, 2024)

Tabel Matriks pada AMEL COLLECTION

A. Risiko Pasar	Peristiwa yang Terjadi	Kemungkinan Terjadi	Dampak
1. Perubahan tren musiman	Pola belanja konsumen yang musiman	Tinggi	Tinggi
2. Variasi produk yang kurang menarik	Kurangnya variasi produk yang menarik di luar periode ramai.	Sedang	Tinggi
B. Risiko Pemasaran	Peristiwa yang Terjadi	Kemungkinan Terjadi	Dampak
1. Kurangnya pemasaran digital	Kurangnya promosi di media sosial dan marketplace	Tinggi	Tinggi
2. Kurangnya promosi yang menarik	Promosi kurang menarik bagi target pasar (khususnya masyarakat setempat)	Tinggi	Tinggi
C. Risiko Operasional	Peristiwa yang Terjadi	Kemungkinan Terjadi	Dampak
1. Pengelolaan stok yang kurang baik	Tidak ada pengelola gudang	Sedang	Tinggi
2. Pengelolaan system yang kurang baik	Tidak ada sistem manajemen penjualan yang teratur.	Sedang	Tinggi
D. Risiko Keuangan	Peristiwa yang Terjadi	Kemungkinan Terjadi	Dampak
1. Tidak ada pengelolaan keuangan	Pengelolaan keuangan belum terencana dengan baik.	Tinggi	Tinggi
E. Risiko SDM	Peristiwa yang Terjadi	Kemungkinan Terjadi	Dampak
1. Kurangnya SDM	Kekurangan karyawan di beberapa posisi	Tinggi	Tinggi

Sumber: (Data Diolah, 2025)

Berdasarkan analisis tabel matriks risiko, sebagian besar risiko yang dihadapi oleh AMEL COLLECTION berada dalam kategori risiko tinggi, terutama pada aspek pasar, pemasaran, keuangan, operasional, serta sumber daya manusia. Risiko pasar muncul karena adanya pola belanja konsumen yang bersifat musiman dan kurangnya variasi produk, sehingga menyebabkan ketidakstabilan pada penjualan. Dalam hal pemasaran, minimnya promosi digital serta strategi pemasaran yang kurang menarik berdampak pada penyempitannya jangkauan dan efektivitas promosi. Risiko operasional seperti tidak adanya pengelolaan gudang serta sistem manajemen penjualan yang teratur menunjukkan perlunya peningkatan manajemen tata kelola operasional. Risiko keuangan yang muncul akibat pengelolaan dana yang belum terencana menjadi ancaman serius terhadap kelangsungan usaha. Selain itu, kekurangan tenaga kerja pada posisi yang vital menunjukkan adanya risiko tinggi pada sumber daya manusia yang dapat menghambat produktivitas dan kualitas pelayanan. Secara keseluruhan, hasil dari analisis tabel matriks risiko menunjukkan perlunya penerapan strategi mitigasi yang lebih terstruktur melalui peningkatan pemasaran digital, pengelolaan operasional dan keuangan yang lebih baik, serta peningkatan kapasitas sumber daya manusia untuk mencapai keberlanjutan usaha. Penanganan risiko adalah cara untuk mencari, mengevaluasi, dan mengelola kemungkinan kerugian yang bisa terjadi karena perubahan kondisi berisiko. Tujuannya

adalah agar dampak negatif bisa dikelola atau bahkan dihindari sepenuhnya. Proses ini dilakukan agar risiko tidak mengganggu pencapaian tujuan bisnis. Untuk mencapai hal itu, ada berbagai metode dan pendekatan yang digunakan. Secara umum, penanganan risiko adalah langkah penting untuk menjaga kelangsungan dan keberhasilan usaha kecil dan menengah ketika kondisi pasar dan operasional bisnis tidak stabil. Berikut ini beberapa cara untuk menangani atau mengatasi risiko tersebut:

Tabel 1. Risiko Pasar

Peristiwa	Tingkat Risiko	Perlakuan Risiko
Pola belanja konsumen yang musiman	Tinggi	Promo mingguan agar pelanggan tetap tertarik berbelanja.
Kurangnya variasi produk yang menarik di luar periode ramai.	Tinggi	Jual produk kebutuhan harian (seperti kaos dan sandal sehari-hari)

Sumber: (Data Diolah, 2025)

Tabel 2. Risiko Pemasaran

Peristiwa	Tingkat Risiko	Perlakuan Risiko
Kurangnya promosi di media sosial dan marketplace	Tinggi	Mulai aktif di media social dan marketplace
Promosi kurang menarik bagi target pasar (khususnya masyarakat setempat)	Tinggi	Melakukan promosi secara langsung kepada warga setempat

Sumber: (Data Diolah, 2025)

Tabel 3. Risiko Operasional

Peristiwa	Tingkat Risiko	Perlakuan Risiko
Tidak ada pengelola gudang	Tinggi	Memberi pelatihan pada karyawan agar dapat mengelola Gudang dengan baik
Tidak ada sistem manajemen penjualan yang teratur	Tinggi	Buat sistem pencatatan stok dan penjualan sederhana

Sumber: (Data Diolah, 2025)

Tabel 4. Risiko Keuangan

Peristiwa	Tingkat Risiko	Perlakuan Risiko
Pengelolaan keuangan belum terencana dengan baik.	Tinggi	Buat catatan keuangan (cash flow, laporan laba rugi, dan neraca).

Sumber: (Data Diolah, 2025)

Tabel 5. Risiko SDM (Sumber Daya Manusia)

Peristiwa	Tingkat Risiko	Perlakuan Risiko
Kekurangan karyawan di beberapa posisi	Tinggi	Menambah karyawan yang memiliki pengalaman di bidang pemasaran dan keuangan

Sumber: (Data Diolah, 2025)

Berdasarkan tabel risiko dan cara mengatasinya, faktor internal dalam UMKM mencakup risiko operasional, keuangan, dan sumber daya manusia. Masalah seperti tidak adanya orang yang mengurus gudang, belum ada sistem penjualan yang teratur, pengelolaan dana yang tidak terencana, serta kurangnya karyawan merupakan kelemahan yang muncul dari dalam organisasi. Untuk mengatasi hal tersebut, dilakukan pelatihan kepada karyawan, membuat cara pencatatan yang sederhana, menyusun laporan keuangan, serta menambah karyawan yang berpengalaman agar operasional dan pengelolaan internal lebih efektif.

Di sisi lain, faktor eksternal berasal dari kondisi pasar dan pemasaran, seperti pola belanja konsumen yang bersifat musiman, kurangnya variasi produk yang menarik di luar masa ramai, minimnya promosi digital, serta promosi yang tidak tepat sasaran.

Risiko tersebut muncul karena perubahan perilaku konsumen dan keterbatasan jangkauan pemasaran. Untuk mengatasinya, diberikan promo mingguan, ditambahkan produk kebutuhan harian, meningkatkan kegiatan promosi digital, serta dilakukan promosi langsung kepada masyarakat sekitar agar usaha tetap bisa bersaing dan menarik perhatian konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis manajemen risiko yang dilakukan terhadap UMKM AMEL COLLECTION, dapat disimpulkan bahwa mayoritas risiko yang dihadapi berada dalam kategori tinggi, terutama di bidang pasar, pemasaran, operasional, keuangan, dan sumber daya manusia. Risiko di bidang pasar muncul karena pola belanja konsumen yang tergantung musim dan kurangnya variasi produk di luar masa ramai. Risiko pemasaran terjadi karena promosi digital yang minim serta strategi pemasaran yang tidak menarik, sehingga menghambat peluang ekspansi pasar. Risiko operasional terlihat dari pengelolaan stok dan sistem penjualan yang kurang efektif, sementara risiko keuangan muncul karena tidak adanya sistem pencatatan keuangan yang terstruktur. Selain itu, kurangnya tenaga kerja juga memengaruhi kinerja operasional secara keseluruhan. Karena itu, diperlukan langkah mitigasi yang terencana, seperti meningkatkan strategi pemasaran digital, memperbaiki sistem operasional dan keuangan, serta menambah dan melatih tenaga kerja agar usaha dapat berjalan lebih stabil dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, A., Pangestuti, D. C., & Hidayati, S. (2024). Pengaruh Risiko terhadap Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Owner*, 8(2), 1238–1254. <https://doi.org/10.33395/owner.v8i2.2062>
- Fajrul, M., Wahyono, A. T., Kaharuddin, E., Vernando, A. N., Entrepreneurship, A., & Bangsa, T. (2025). Pendekatan Sistematis Manajemen Risiko Terhadap Keberlanjutan UMKM di Kota Semarang Dengan Berbasis ISO 31000:2018. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(6). <https://doi.org/10.5281/zenodo.14807762>
- Hastuti, P., Nurofik, A., Purnomo, A., Hasibuan, A., Aribowo, H., Ilmi Faried, A., Sudarso, A., Kurniawan Soetijono, I., Hadi Saputra, D., & Simarmata Penerbit Yayasan Kita Menulis, J. (n.d.). *KEWIRAUSAHAAN DAN UMKM*.
- Bisnis Dra Alfiana, P., Irra Chrisyanti Dewi, M., & Iwan Harsono, M. (n.d.). *Manajemen Risiko dalam*.

- Manajemen, J. V., Atmini, N. D., Hidayanti, U. F., & Gunara, Y. N. (n.d.). *Analisis Manajemen Risiko Keuangan pada UMKM Lela Florist Kota Semarang*. <https://doi.org/10.56910/jvm.v10i2.641>
- Novianto Hariwibowo Universitas Atma Jaya Yogyakarta, I., Babarsari No, J., Depok, K., Sleman, K., & Istimewa Yogyakarta, D. (2022). Identifikasi Risiko Usaha Pada UMKM Toko Batik. *Jurnal Atma Inovasia (JAI)*, 2(3).
- Nuryanti, M. (2024). *Analisis Manajemen Risiko pada UMKM Konveksi, Rancaekek, Kabupaten Bandung*. <https://doi.org/10.62710/3bgkez50>
- AKSI MITIGASI RISIKO RANTAI PASOK PADA UMKM FASHION MENGGUNAKAN METODE HOUSE OF RISK (Studi Kasus: UMKM DELVI LESTARI) SKRIPSI.**
- J., Rinanda, T., Anshar, M., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Kirana, G. (2025). All Fields of Science J-LAS Analisis Strategi Manajemen Risiko dalam Meningkatkan Ketahanan Bisnis UMKM Risk Management Strategy Analysis in Increasing MSME Business Resilience. *AFoSJ-LAS*, 5(2). <https://j-las.lemkomindo.org/index.php/AFoSJ-LAS/index>
- S., Di, U., Baju, T., Batukaras, P., Berbasis, P., Kreatif, E., Wulandari, F., Permana, C., Febriyani, W., Ekonomi, F., Islam, B., Syekh, I., & Cirebon, N. (2023). 70 *Corresponding Author. In *JETOUR: Journal of Sharia Tourism and Hospitality* (Vol. 1, Issue 1). <https://jetour.syekhnurjati.id/>
- K., Khofifah, W. N., & Sudariswan, E. (n.d.). Analisa Manajemen Risiko Pada UMKM KonveksiMenggunakan Framework ISO 31000 dan Matriks Risiko Manajemen: Studi Kasus “Dakwa Tailor.” In *Jurnal Serambi Ekonomi dan Bisnis pISSN* (Vol. 8, Issue 1). <https://ojs.serambimekkah.ac.id/serambi-ekonomi-dan-bisnis/p174>
- Rabbani Sajda, J., Amrozi, Y., Khusnu Milad, M., & Artikel, S. (2024). *Analisis Manajemen Risiko pada UMKM Toko Robani Menggunakan ISO 31000 INFO ARTIKEL*. 3(2), 256–262. <https://doi.org/10.70247/jumistik.v3i2.110>
- Rizka Safitri, N., Latte, J., & Studi Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi
- Amuntai, P. (n.d.). *STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM TOKO BAJU AFUZ COLLECTION DI DESA SUNGAI SANDUNG KECAMATAN SUNGAI PANDAN KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA*.
- Erwin, TA Safitri, Alfiana, M Syahrin.(2024) [Financial Risk Management Strategies For Startups In The Digital Era](#), International Journal of Economic Literature (INJOLE), Vol. 2 No. 9 September 2024, page., 2669-2682
- Alfiana, A., Lubis, R. F., Suharyadi, M. R., Utami, E. Y., & Sipayung, B. (2023). Manajemen Risiko dalam Ketidakpastian Global: Strategi dan Praktik Terbaik. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(03), 260–271. <https://doi.org/10.58812/jbmws.v2i03.576>