

Penerapan Manajemen Risiko Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Cafe Sejiwa

Laila Elfridawaty Situmorang

Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan

Berliana Lestari Manullang

Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan

Jln. William Iskandar Ps. V, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei Tuan, Sumatera Utara 20221.

Korespondensi Penulis: lailaelfridawaty@gmail.com

Abstract. *This research aims to analyze the effect of implementing business risk management in Cafe Sejiwa. The research method applied in this research is the Primary Data Analysis (ADP) method, namely by using data that is available through the distribution of questionnaires. After identification, a risk assessment matrix is created as well as possible responses to possible risks. The results of this research are that the risks often faced by Cafe Sejiwa are the emergence of competitors, rising raw material prices, declining consumer interest due to limited facilities, and less effective business communication.*

Keywords: Risk, Risk Management, SMEs

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh penerapan manajemen risiko bisnis dalam Cafe Sejiwa. Metode penelitian yang diaplikasikan pada penelitian ini merupakan metode Analisis Data Primer (ADP) yaitu dengan menggunakan data yang telah tersedia melalui pembagian kuesioner. Setelah melakukan identifikasi, dibuat matrix penilaian risiko juga respon yang dapat dilakukan terhadap risiko yang mungkin terjadi. Adapun hasil dari penelitian ini yaitu risiko yang sering dihadapi oleh Cafe Sejiwa ialah munculnya kompetitor, kenaikan harga bahan baku, minat konsumen yang menurun karena keterbatasan fasilitas, dan komunikasi bisnis yang kurang efektif.

Kata Kunci: Risiko, Manajemen Risiko, UMKM

LATAR BELAKANG

Kondisi perekonomian global ditentukan dari keberhasilan setiap negara dalam mengatur perekonomiannya. Masyarakat diharapkan ikut serta dalam membangun negara, khususnya dibidang perekonomian. Upaya dapat dilakukan dengan cara membangun usaha yang akan memperkaya lapangan kerja, serta menurunkan tingkat pengangguran. Membentuk bisnis tidak harus dimulai dari sesuatu yang besar, dapat dimulai dari skala yang kecil. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan aktivitas usaha yang produktif membangun usaha dengan skala yang kecil, dimiliki oleh sebuah badan usaha atau perseorangan (Hamza & Agustien, 2019). Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memberikan kontribusi terbesar pada penyediaan lapangan kerja. Pada tahun 2021, UMKM menyumbang sebesar 97% total tenaga kerja di Indonesia. UMKM dinilai sebagai salah satu sektor yang berperan sangat penting dalam proses pemulihan perekonomian di Indonesia (Marlinah, 2020).

UMKM mencakup berbagai sektor dalam penciptaan lapangan kerja, seperti usaha kuliner, usaha agribisnis, usaha pakaian, dan sebagainya. Berbagai inovasi diciptakan para pelaku bisnis dalam upaya mempertahankan bisnis mereka ditengah persaingan yang ketat (Putri E, 2017). Salah satu sektor UMKM yang mengalami pertumbuhan ialah coffee shop. Coffee shop menjadi tren dalam ide pembuatan bisnis UMKM, hal ini didukung oleh tingginya minat konsumsi minuman olahan kopi oleh konsumen. Hampir disetiap sudut di Kota Medan dapat kita temui berbagai coffee shop dengan nama dan konsep yang berbeda (Hari Sutra Disemadi & Ariani, 2021). Tingginya minat serta permintaan konsumen dalam minuman olahan kopi serta tingkat pengunjung coffee shop yang tinggi mendorong para pelaku bisnis untuk membuka coffee shop mereka sendiri. Inovasi dilakukan dari penciptaan produk, rasa, desain tempat, kemasan, diupayakan dapat menarik dimata konsumen dan dapat mengungguli pasar coffee shop (Erick, 2022). Oleh sebab itu, coffee shop di Kota Medan berkembang cukup pesat karena dinilai memberikan peluang keuntungan yang besar bagi para pelaku bisnis.

Meskipun UMKM menyumbang kontribusi besar terhadap perekonomian nasional, UMKM tetap dihadapi oleh berbagai risiko. Risiko yang dihadapi oleh UMKM tidak hanya pada proses pembuatan, membangun hubungan dengan customer, namun risiko yang dihadapi mencapai inovasi produk yang dapat dilakukan untuk bersaing dengan konpetitor yang menawarkan produk sejenis. Risiko yang sangat berisiko inilah yang dapat mengancam eksistensi UMKM

Untuk itu perlu dilakukannya Manajemen Risiko yang baik agar suatu hal yang dihadapi industri atau perusahaan kedepannya dapat ditanggapi dengan tepat. Risiko memang bersifat tidak pasti dan tidak akan ada yang tahu bagaimana cara yang tepat untuk menanggapi risiko. Karena sejatinya, risiko terbesar yang dihadapi oleh setiap perusahaan adalah risiko yang tidak teridentifikasi (Hendrawan, 2022). Untuk itu suatu perusahaan dalam berbagai sektor perusahaan perlu melakukan identifikasi, analisis tanggapan yang dapat dilakukan, membuat penilaian akan risiko yang akan dihadapi, serta menetapkan respon akan risiko yang akan dihadapi. Tidak hanya itu, perusahaan juga harus melakukan pengawasan agar risiko yang telah diidentifikasi tidak terulang kembali. Tahapan inilah yang disebut dengan Risk Assessment. Dengan melakukan hal ini, diharapkan risiko yang dihadapi tidak akan mengancam kegiatan operasional dan UMKM tetap dapat berjalan dengan baik (As Sajjad et al., 2020).

Analisis dilakukan dengan menganalisa risiko yang dihadapi salah satu UMKM di Kota Medan yaitu Cafe Sejiwa. Cafe Sejiwa merupakan salah satu coffee shop yang berdiri di Kota Medan. Cafe Sejiwa Tuamang berada di Jl. Tuamang No. 236-228, Sidorejo Hilir, Kec Medan Tembung, Kota Medan, Sumatera Utara. Cafe Sejiwa menjual berbagai pilihan minuman baik

minuman yang mengandung kopi maupun minuman yang tidak mengandung kopi, seperti minuman mocktails, float, minuman teh, minuman kopi, dan lain sebagainya. Dengan kisaran harga produk yang ditawarkan Rp. 17.000,00 – Rp. 30.000,00 memberikan minuman yang nikmat dengan kualitas yang baik namun dengan harga yang terjangkau.

KAJIAN TEORITIS

Pengertian Risiko

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) risiko adalah kemungkinan terjadinya peristiwa yang dapat merugikan perusahaan. Adapun beberapa definisi risiko sebagaimana dipaparkan di bawah ini. Manajemen risiko merupakan serangkaian proses yang melibatkan identifikasi, analisis dan evaluasi yang dimana dilakukan sebagai bentuk pengendalian perusahaan dalam menangani risiko, sehingga risiko yang berpotensi terjadi tersebut dapat dihindari maupun diminimalisir dampaknya. Hal tersebut penting untuk diterapkan sebagai salah satu strategi ataupun metodologi suatu perusahaan dalam mengelola risiko bisnis.

Dalam suatu perusahaan, manajemen risiko (Risk Management) merupakan proses merencanakan aturan/prosedur yang kemudian diarahkan oleh seorang pemimpin dalam mengendalikan segala kegiatan hingga risiko akan pendapatan perusahaan dapat diminimalisir (Putri E, 2017). Manajemen risiko ini berfungsi dalam mengarahkan organisasi untuk menghadapi risiko-risiko yang dapat mengganggu pencapaian organisasi tersebut, manajemen risiko juga bermanfaat untuk mencegah bisnis perusahaan tersebut mengalami kebangkrutan akibat risiko yang di timbulkan, selain itu bermanfaat juga untuk mencapai tujuan didalam perusahaan, meningkatkan keuntungan perusahaan, memberikan keamanan pekerja.

Berbagai bentuk risiko yang ada yaitu risiko sifat usaha (jenis usaha mengandung risiko yang berbeda satu dengan yang lain), risiko geografis (berkaitan dengan bencana alam), risiko politik (kebijakan politik yang tidak jelas dapat menyebabkan kegagalan sebuah perusahaan), risiko ketidakpastian (karena segala sesuatunya tidak di rencanakan dengan baik), risiko persaingan (persaingan antar sesama perusahaan).

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah metodologi yang dimanfaatkan untuk melakukan evaluasi terhadap suatu bisnis, yakni dalam aspek kekuatan (Strengths), kelemahan (Weakness), peluang (Opportunities) dan ancaman (Threats). Beberapa ahli menyatakan bahwa analisis SWOT ini sangat bermanfaat bagi bisnis untuk merencanakan serta memproyeksikan strategi terbaik dalam menghadapi kondisi pasar (Hirawati & Sijabat, 2020). Analisa ini juga dapat dilakukan untuk menentukan aspek-aspek yang disebutkan tadi terhadap produk, tempat,

industri, ataupun untuk orang. Biasanya, SWOT melibatkan penetapan tujuan usaha dengan terlebih dahulu mempertimbangkan faktor internal maupun eksternal dalam lingkup suatu bisnis/usaha tersebut.

a. Strengths (kekuatan)

Strengths yaitu kekuatan dasar yang dimiliki suatu perusahaan. Suatu perusahaan akan mengalami kemajuan jika mengetahui kekuatan atau keunggulan yang mereka miliki. Kekuatan atau keunggulan ini akan menjadi modal terbesar bagi perusahaan untuk bertahan maupun berinovasi.

b. Weakness (kelemahan)

Weakness ini adalah kelemahan perusahaan atau suatu kegiatan yang tidak berjalan dengan baik di sebuah perusahaan misalnya keterbatasan sumber daya, keterampilan, atau sesuatu yang bisa menghambat kinerja perusahaan.

c. Opportunities (peluang)

Opportunities ini yaitu faktor-faktor pendukung kesuksesan pada suatu bisnis atau faktor positif yang muncul dan memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk mengambil keuntungan. Jika suatu perusahaan dapat mengetahui kapan peluang akan datang, maka akan mudah bagi mereka untuk memanfaatkan peluang tersebut.

d. Threats (ancaman)

Threats yaitu ancaman terhadap sebuah perusahaan yang bisa menghambat perkembangan perusahaan, contohnya maraknya pesaing baru dan perubahan peraturan pemerintah yang dapat menghambat kesuksesan perusahaan atau bahkan bisa menyebabkan kerugian bagi perusahaan itu sendiri.

Penilaian Risiko

Penilaian risiko (Risk Assessment) artinya proses evaluasi dimana dipakai dalam melakukan identifikasi potensi bahaya yang bisa terjadi. Tujuan utamanya yaitu untuk memastikan pengontrolan risiko yang baik pada proses operasi maupun aktifitas usaha (Rahayuningsih, 2019). Penilaian pada risk assessment yaitu likelihood dan consequence, likelihood mencerminkan tingkat probabilitas suatu kecelakaan dapat terjadi, sedangkan consequence yaitu bertujuan untuk menerangkan tingkat keparahan akibat dari kecelakaan tersebut (Hirawati & Sijabat, 2020). Berikut ini adalah lima tahapan dalam risk assessment:

1. Penetapan Konteks

Merupakan penerapan manajemen risiko untuk dasar dalam pengelolaan risiko dengan pemahaman mengenai lingkungan internal dan eksternal. Tujuan dari penetapan konteks untuk memahami kemampuan organisasi dalam mencapai tujuan.

2. Identifikasi Risiko

Identifikasi risiko yaitu suatu kegiatan untuk mengumpulkan informasi yang bertujuan untuk mengidentifikasi kemungkinan timbulnya risiko pada perusahaan. Proses identifikasi ini mungkin merupakan sebuah proses yang terpenting, karena semua risiko mungkin terjadi pada suatu proyek harus diidentifikasi.

3. Analisis Risiko

Analisis risiko yaitu sebuah metode dimana berguna dalam mengukur dan mengidentifikasi sesuatu yang bisa mengancam sebuah kesuksesan organisasi dalam meraih tujuan. Analisis risiko terdiri dari aspek pengukuran, klasifikasi, komunikasi, kebijakan dan manajemen yang berhubungan dengan risiko yang dihadapi. Metode analisis risiko berfungsi untuk mengatasi segala alasan, faktor maupun aspek yang berpotensi menjadi halangan bagi organisasi dalam mencapai tujuannya.

4. Evaluasi Risiko

Evaluasi risiko berfungsi untuk membantu proses pengambilan keputusan berdasarkan hasil analisis risiko. Evaluasi risiko yaitu proses perbandingan antara level risiko yang di temukan selama proses analisis yang di tetapkan sebelumnya. Proses hasil evaluasi risiko menunjukkan peringkat risiko yang perlu penanganan (mitigasi) lebih lanjut dengan mengacu pada tingkat risiko yang dapat diterima. Tahapan yang dapat dilakukan untuk mengevaluasi risiko yaitu dengan menyusun prioritas risiko berdasarkan besar risiko.

5. Penanganan Risiko

Penanganan risiko yaitu proses yang dilakukan untuk meminimalisir tingkat risiko yang dihadapi suatu organisasi. Teknik yang diterapkan untuk menangani risiko secara umum yaitu menghindari (avoid), menerima (accept), memindahkan (transfer), dan dapat juga dilakukan mitigasi (mitigate) pada setiap hasil analisis risiko.

Respon Manajemen Risiko

Merespon risiko manajemen adalah proses pengendalian risiko yang teridentifikasi. Setiap bisnis pasti memiliki risiko, untuk itu bagaimana kita dapat merespon segala risiko yang terjadi ini dengan langkah yang benar (Rahayuningsih, 2019). Kita harus dapat mengambil keputusan atas risiko yang akan terjadi maupun yang sudah terjadi, risiko yang sudah terjadi harus segera kita respon untuk menangani risiko tersebut, cara yang dapat kita lakukan yaitu:

1. Mitigate

Mitigate atau mitigasi ini didefinisikan sebagai pencegahan, kesiapan, respon darurat.

Strategi ini berguna untuk mempersiapkan dan mengurangi efek dari risiko bisnis, dengan strategi yang jelas kita dapat mencegah risiko yang lepas kendali atau bahkan mencegah risiko tidak terjadi sama sekali. Contoh dari mitigasi ini yaitu membuat peta wilayah rawan bencana alam agar kita tau dimana kita harus membangun sebuah gedung perusahaan agar dapat terhindar dari bencana alam

2. Avoid

Avoid yaitu suatu tindakan yang tidak melakukan hal yang menyebabkan sebuah risiko terjadi atau menghindari risiko itu terjadi. Metode ini berguna untuk meminimalisasikan risiko yang bisa menimbulkan ancaman dengan cara menghindari, mitigasi, pelatihan, serta implementasi teknologi. Dengan menggunakan respon ini kemungkinan terjadinya risiko mencapai titik nol. Contohnya perusahaan manufaktur menghentikan proses pekerjaan karena cuaca yang buruk untuk mencegah pegawai-pegawainya mengalami kecelakaan kerja.

3. Transfer

Transfer yaitu suatu tindakan kita mengalihkan risiko atau memindahkan risiko kepada pihak lain yaitu pihak ketiga. Tindakan ini berfungsi untuk mengalihkan kerugian finansial atas harta benda yang terlibat dalam suatu bahaya. Contoh transfer ini yaitu asuransi, kegiatan ini adalah kegiatan yang paling sering dilakukan karena risiko tidak dapat dikendalikan dan dihitung maka harus menggunakan asuransi. Contoh selanjutnya yaitu outsourcing yaitu mengalihkan risiko kepada jasa tenaga kerja. Namun cara ini juga dapat berdampak negatif pada karyawan yaitu membuat karyawan sulit berkembang dan juga bila pelayanan outsourcing ini buruk maka konsekuensinya bisnis dapat menurun.

4. Accept

Accept yaitu tidak melakukan apapun atau bisa dibilang menerima risiko tersebut terjadi. Accept ini juga menunjukkan keputusan untuk tidak membuat perubahan pada rencana proyek untuk menghadapi risiko yang akan terjadi. Contohnya seseorang tidak mengasuransikan gedung perusahaannya terhadap risiko kebakaran dan akan bersedia menanggung semua kerugian yang ada jika terjadinya kebakaran terhadap gedung tersebut.

Fishbone Diagram

Fishbone diagram ini berguna untuk mengidentifikasi berbagai penyebab dari sebuah proses. Diagram ini juga salah satu standard quality tool atau perangkat kualitas yang terbilang populer di dunia industry maupun UMKM (Sakti et al., 2020). Saat kamu ingin

mengidentifikasi kemungkinan penyebab suatu masalah atau ketika sebuah tim jauh kedalam pola yang sama disaat itulah waktu yang tepat kamu menggunakan fishbone diagram ini.

Tahapan dalam membuat fishbone diagram ada 4, yaitu:

1. Mengidentifikasi masalah.
2. Mengumpulkan ide untuk mencari factor utama penyebab.
3. Mengidentifikasi kemungkinan penyebab dari masalah.
4. Menganalisis diagram yang sudah dibuat.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam karya ilmiah ini adalah metode Analisis Data Primer (ADP). Metode Analisis Data Primer (ADP) merupakan suatu metode menganalisis yang dilaksanakan pada data yang telah tersedia dengan melaksanakan kegiatan seperti wawancara, survei, pengamatan, serta teknik pengumpulan data tersendiri lainnya (Ilyas, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa SWOT

Dalam mendirikan suatu usaha, tentunya akan selalu ada risiko yang menghampiri diakibatkan ketidakpastian yang tidak dapat diprediksi atau pun risiko yang bisa diprediksi. Seperti mendirikan UMKM, tentunya banyak sekali risiko yang dihadapi dalam persaingan untuk menguasai pasar. Walaupun risiko itu beragam dan tidak pasti, UMKM bisa mendeteksi risiko tersebut agar dapat mengantisipasi dampak yang ditimbulkan. Karena ada risiko-risiko yang terjadi, saat mendirikan UMKM Cafe mengalami hambatan seperti munculnya kompetitor baru yang menawarkan produk serupa hingga kurangnya inovasi produk. Untuk menganalisis lebih jauh terkait risiko yang dihadapi oleh UMKM Cafe di Kota medan, kami mengambil salah satu contoh yaitu Cafe Sejiwa.

Analisis SWOT Cafe Sejiwa adalah salah satu cafe di Kota Medan yang bergerak di bidang minuman yang berupa kopi. Di Kota Medan peminat dari cafe ini cukup banyak, karena di cafe ini memiliki kopi dengan rasa yang khas. Cafe Sejiwa ini terus melakukan inovasi di setiap tahunnya agar brand dari Cafe Sejiwa ini laku di pasaran. Identifikasi resiko dalam Cafe Sejiwa ini dapat dilakukan dengan menggunakan Analisa SWOT. Analisa ini didapatkan berdasarkan informasi ketika melakukan wawancara secara langsung di cafe tersebut, maka dengan begitu dapat dibuat analisa Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat (SWOT).

a. Strength

Dalam tingkatan strength, Sejiwa memiliki sejumlah produk yang sangat digemari oleh konsumen langganan cafe ini. Cafe sejiwa memiliki cita rasa yang khas yang membuat rasa produknya tidak dapat dijumpai di tempat lain. Selain produknya yang memiliki cita rasa tersendiri, harga tiap produk yang telah ditetapkan cafe ini cukup terjangkau bagi tiap kalangan karena harga yang dipatok sesuai dengan kualitas yang didapatkan konsumen

b. Weakness

Cafe Sejiwa memiliki beberapa kelemahan, yaitu memiliki tempat yang kurang nyaman pada saat siang hari karena cafe ini tidak menyediakan tempat indoor tetapi hanya menyediakan tempat outdoor sehingga konsumen yang ingin bersantai di cafe ini di siang hari akan merasa kurang nyaman akibat terik matahari yang langsung menyengat kulit. Hal lain yang menjadi kelemahan dari cafe ini ialah lahan yang sempit dan fasilitas berupa meja dan kursi yang disediakan juga terbatas yang mengakibatkan cafe ini tidak dapat memenuhi kapasitas dalam menampung konsumennya. Kemudian kelemahan cafe ini ialah lingkungan yang kurang bersih dimana langsung berseberangan dengan parit besar yang membuat konsumen dapat merasakan aroma tidak sedap. Ketidak efektifan komunikasi antar atasan dan pegawai membuat café ini sulit berinovasi. Cafe ini memiliki cita rasa yang khas, namun cafe ini tidak melakukan inovasi yang signifikan terhadap produknya. Tidak hanya soal menginovasikan produk, namun inovasi dalam bidang pemasaran juga harus dibenahi. Cafe ini tidak menyediakan pemesanan secara online, yang dimana hal ini seharusnya dapat menambahkan pemasukan cafe ini.

c. Opportunity

Cafe Sejiwa memiliki beberapa peluang, yaitu lokasi cafe ini yang dekat dengan kampus, rumah sakit, mall, dan lainnya yang bisa mejadi peluang bagi cafe ini untuk meraih omset yang lebih tinggi lagi. Selain itu, produk yang dihasilkan Cafe sejiwa ini sangat susah untuk didapatkan di cafe-cafe lainnya karena keunggulan cafe ini ialah mampu memproduksi produk yang berbeda.

d. Threat

Tantangan yang mungkin tengah dihadapi oleh Cafe Sejiwa ialah persaingan antar coffee shop yang semakin bertambah dimana-mana, terlebih lagi daerah cafe ini berlokasi merupakan area ramai penduduk dimana banyak sekali orang-orang yang membuka bisnis serupa dengan fasilitas yang lebih unggul. Kenaikan harga bahan baku juga menjadi tantangan yang mana pemilik cafe harus mempertimbangkan harga produk mereka apakah sesuai dengan pendapatan dan modal yang dikeluarkan. Hal lain yang juga bisa

menjadi permasalahan bagi Cafe Sejiwa ialah kurangnya inovasi dari segi fasilitas yang diberikan kepada konsumen dimana lokasi lahan yang sempit, meja dan kursi yang disediakan juga terbatas yang dapat menurunkan minat para konsumen untuk datang ke cafe tersebut.

Berdasarkan Analisa SWOT diatas dapat disimpulkan bahwa risiko yang kemungkinan besar akan dihadapi oleh Cafe Sejiwa, yaitu:

1. Munculnya kompetitor lain yang menawarkan harga dan kualitas lebih baik dari pada Cafe Sejiwa.
2. Kenaikan harga bahan baku yang dapat mempengaruhi harga dari penjualan produk.
3. Minat konsumen yang menurun karena keterbatasan fasilitas
4. Komunikasi bisnis yang kurang efektif

Cara yang seharusnya diambil oleh Cafe Sejiwa untuk mengatasi risiko diatas adalah terus melakukan inovasi, dan lebih rajin untuk mencari produsen/distributor barang yang menawarkan harga bahan baku yang terjangkau dan memiliki kualitas terbaik.

Hasil Analisis Risiko

Setelah melakukan identifikasi terhadap risiko yang ada pada Cafe Sejiwa, maka dapat disimpulkan hasil analisis risiko tersebut dengan memaparkan risiko yang dialami, matrix penilaian risiko, dan respon yang dapat dilakukan dalam menanggapi risiko sebagai berikut:

1. Munculnya kompetitor lain yang menawarkan harga dan fasilitas yang lebih unggul dari cafe ini.

Munculnya kompetitor (pesaing) lain dalam bisnis atau usaha merupakan hal yang wajar, karena setiap orang ingin berlomba-lomba menciptakan ide bisnis yang diharapkan mampu untuk menambah pemasukan. Salah satunya ialah bisnis coffee shop atau jenis usaha yang menjual minuman berupa kopi dengan rasa yang enak dan harga yang kompetitif. Respon terhadap risiko ini ialah dengan menerima risiko yang ada (accept). Menurut kelompok kami munculnya kompetitor lain adalah suatu hal yang wajar dan pasti akan terjadi dalam suatu usaha/bisnis. Langkah yang dapat dilakukan oleh Cafe Sejiwa ini adalah dengan melakukan inovasi dan promosi yang sesering mungkin agar produk yang mereka tawarkan/pasarkan dapat terus laku dan dikenal oleh masyarakat secara luas.

2. Kenaikan Harga Bahan Baku Sehingga Mempengaruhi Harga Jual

Bahan baku merupakan aspek yang sangat dibutuhkan dalam memproduksi suatu produk berupa makanan ataupun minuman. Setiap coffee shop pastinya memerlukan bahan baku agar bisnis/usahanya dapat berjalan. Namun, akhirakhir ini

bahan baku mulai mengalami kenaikan harga di seluruh dunia yang diakibatkan oleh kondisi iklim yang berubah-ubah dan perang yang sedang berlangsung. Secara langsung perang tersebut menimbulkan krisis pangan yang terjadi di beberapa negara yang menyebabkan harga bahan baku mulai mengalami peningkatan. Hal ini juga menjadi kendala bagi para pengusaha yang menjalankan bisnis seperti coffee shop karena harus menyesuaikan harga yang akan mereka tentukan dengan modal yang mereka keluarkan tanpa kehilangan konsumen mereka selama ini. Respon dari resiko ini adalah menerima resiko tersebut (accept). Menurut kelompok kami kenaikan harga bahan baku tidak dapat dicegah/dihindari, karena tentunya bukan hanya sebagian orang saja yang merasakannya tetapi semua orang juga turut merasakannya. Langkah yang bisa saja diambil oleh Cafe Sejiwa dalam menghadapi kenaikan harga bahan baku ini ialah dengan menaikkan harga produk namun masih terjangkau agar tidak kehilangan konsumen mereka.

3. Minat Konsumen yang Menurun Karena Keterbatasan Fasilitas

Kenyamanan konsumen merupakan salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan oleh seorang pengusaha sebelum memulai bisnis/usaha yang akan dijalani. Kenyamanan konsumen dapat menjadi daya tarik bagi konsumen lain untuk datang dan menikmati produk yang dipasarkan sebuah bidang usaha. Sayangnya, Cafe Sejiwa belum dapat memaksimalkan pelayanan berupa fasilitas yang mereka berikan terhadap konsumen mereka. Terlihat dari kurangnya peneduhan yang membuat konsumen dari cafe ini hanya bisa menikmati waktu bersantai pada saat-saat tertentu yaitu ketika sore atau malam dan ketika sedang tidak hujan. Kapasitas konsumen yang dapat ditampung oleh cafe ini juga terbatas. Hal ini dapat berakibat pada munculnya keraguan para konsumen untuk berkunjung ke Cafe Sejiwa. Respon terhadap risiko ini ialah dengan mencegah risiko (mitigate). Menurut kelompok kami, sebuah bidang usaha yang menjual produk atau melayani konsumen sudah seharusnya memikirkan segala macam risiko yang dapat terjadi. Permasalahan ini dapat diatasi dengan membenahi setiap kekurangan yang ada. Contoh kecilnya yaitu dengan membuat peneduhan agar konsumen dapat datang kapan saja untuk menikmati waktu dan produk yang dipasarkan oleh Cafe Sejiwa.

4. Komunikasi Bisnis yang Kurang Efektif

Komunikasi merupakan penghubung antar orang agar dapat terjadi interaksi yang lebih efisien. Dalam menjalankan sebuah bisnis, komunikasi sangat dibutuhkan agar terjadinya keselarasan antar atasan dengan pegawai sehingga bisnis yang

dijalankan dapat terus berkembang. Contohnya seorang pegawai yang pastinya dapat merasakan suatu hal yang perlu dibenahi dan dapat melaporkannya kepada atasan agar dapat terealisasi. Dalam kasus Café Sejiwa, mereka tidak mampu membuat sebuah inovasi dari produknya. Cafe Sejiwa hanya mengandalkan cita rasa yang mereka miliki untuk menarik konsumen. Hal lainnya seperti dalam bidang pemasaran, Cafe Sejiwa tidak membuka pemesanan secara online, yang mengakibatkan mereka tidak mendapatkan omset yang lebih. Respon yang bisa dilakukan oleh Cafe Sejiwa dalam menghadapi risiko ini adalah dengan cara mitigasi (mitigate). Menurut kelompok kami kondisi seperti ini dapat dilakukan pencegahan dengan cara melakukan pembenahan terhadap masalah yang dihadapi. Dengan melakukan inovasi produk dan pemasaran, konsumen Cafe Sejiwa dapat dipastikan bertambah karena tidak bosan dengan adanya produk yang beragam dan juga konsumen tidak perlu mengeluarkan tenaga lebih ketika ingin menikmati produk dari cafe ini, yang juga berdampak pada peningkatan omset yang didapatkan oleh Cafe Sejiwa. Terciptanya komunikasi yang baik antar atasan dan pegawai juga merupakan hal penting agar setiap permasalahan yang ada dapat didiskusikan dan diselesaikan secara bersama untuk mendapatkan solusinya.

KESIMPULAN DAN SARAN

UMKM adalah kegiatan bisnis yang dijalankan oleh individu. UMKM sendiri terdiri dari berbagai macam bidang, contohnya seperti kuliner, jasa, dan lainnya. Untuk Cafe Sejiwa ini bergerak dalam bidang kuliner dengan produk berupa kopi. Didalam sektor UMKM ini perlu juga menganalisis serta melakukan identifikasi terhadap risiko yang akan mereka rasakan. Hal ini dilakukan agar risiko yang terjadi tidak akan membuat sektor tersebut goyah. Saat ini risiko yang sering dihadapi oleh adalah kenaikan harga bahan baku, munculnya kompetitor lain, kondisi ekonomi global yang tidak pasti, komunikasi yang kurang efektif dan kurangnya inovasi produk. Untuk itu, pengelola Cafe Sejiwa perlu menentukan respon yang tepat untuk menangani risiko-risiko tersebut.

Saran yang dapat diberikan kepada para pengelola Cafe Sejiwa ialah untuk lebih meningkatkan analisis yang dilakukan pada risiko yang sedang dialami/dihadapi cafe tersebut maupun risiko yang diperkirakan akan dialami/dihadapi dimasa yang akan mendatang. Risiko juga dapat dinilai dengan menggunakan matrix penilaian risiko untuk mengetahui impact dan probability yang diterima, serta memilih respon yang tepat dan terbaik yang dapat dilakukan untuk menangani risiko-risiko tersebut.

DAFTAR REFERENSI

Sajjad, M. B., Kalista, S. D., Zidan, M., & Christian, J. (2020). Analisis manajemen risiko bisnis. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, 18(1), 51. <https://doi.org/10.19184/jauj.v18i1.18123>

Erick. (2022). Analisis tingkat risiko strategis Fourdayss Coffee. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, 11, 1811–1821.

Hamza, L. M., & Agustien, D. (2019). Pengaruh perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah terhadap pendapatan nasional pada sektor UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8(2), 127–135. <https://doi.org/10.23960/jep.v8i2.45>

Disemadi, H. S., & Ariani, M. (2021). Arti penting perlindungan kekayaan intelektual pencipta logo coffee shop di Kota Medan, Indonesia. *Mizan: Jurnal Ilmu Hukum*, 10(Juni), 26–36.

Nurofik, A., Rahajeng, E., Munti, N. Y. S., Hardiansyah, A., Firmansyah, H., Sani, A., ... & Wiyono, A. S. (2021). *Pengantar teknologi informasi*. Penerbit Insania.

Sani, A. (2017). Sistem manajemen otomasi perpustakaan berbasis open source Senayan Library Management System (SLiMS) (Studi kasus Perpustakaan H. Bata Ilyas STIE AMKOP Makassar). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 1(1), 47-65.

Syarifuddin, S., Ilyas, J. B., & Sani, A. (2021). Pengaruh persepsi pendidikan & pelatihan sumber daya manusia pada kantor dinas di Kota Makassar. *Bata Ilyas Educational Management Review*, 1(2).

Boediman, S. F., Hendriarto, P., Satmoko, N. D., Sulistiyani, S., & Sani, A. (2021). The relevance of using social media applications strategies to increase marketing potential of Indonesian maritime tourism (Analytical study of tourism journals and online marketing). *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(4), 8791-8799.

Majid, A., & Sani, A. (2016). Pengaruh pelatihan dan supervisi kepala ruangan terhadap kinerja perawat pelaksana di ruang rawat inap bedah Rumah Sakit TK. II Pelamonia Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 1(2), 310-412.