

Analisis Manajemen Resiko UMKM Penjualan Cimol Bojot Aa di Pasir Impun

Hajmi Ahmad Padila¹, Erlanga Aditya Pratama², Rizal Maulana³

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

*Email :

hajmiahmad@umbandung.ac.id ; erlanggaaditya@umbandung.ac.id; rizalmaulana@umbandung.ac.id

Diterima: 20-12-2024 | Disetujui: 21-12-2024 | Diterbitkan: 22-12-2024

ABSTRACT

"Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) Strategy in Facing the Market in the Era of Digitalization (Research at Cimol Bojot AA Business in Cikadut Pasir Impun Village, Cimenyan District, Bandung City)" This research is motivated by the emergence of the digitalization era. Cimol Bojot AA MSMEs face various challenges in facing the market. The increasingly widespread growth of technology and the internet has changed consumer behavior patterns, where they tend to prefer shopping and ordering food online. The aim of this research is to find out the problems that occur to Cimol Bojot AA MSMEs due to the era of digitalization. In order to overcome these problems, this research also aims to find out the strategies used and find out the results achieved from the strategies implemented by MSME Cimol Bojot AA. The theory used is Talcott Parsons' structural functionalism theory. This theory states that society consists of systems. Where these systems have the function of achieving balance. The data collection techniques used are observation, interview and documentation techniques. The research results show that Cimol Bojot AA MSMEs have adopted several effective development strategies in the era of digitalization.

Keywords: development strategy, MSMEs, digitalization era

ABSTRAK

“Strategi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam Menghadapi Pasar di Era Digitalisasi (Penelitian di Usaha Cimol Bojot AA di Kelurahan Cikadut Pasir Impun Kecamatan Cimenyan Kota Bandung)” Penelitian ini dilatarbelakangi oleh munculnya era digitalisasi. UMKM Cimol Bojot AA menghadapi berbagai tantangan dalam menghadapi pasar. Pertumbuhan teknologi dan internet yang semakin luas telah mengubah polaperilaku konsumen, di mana mereka cenderung lebih memilih cara berbelanja dan memesan makanan secara online. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui permasalahan yang terjadi kepada UMKM Cimol Bojot AA karena adanya era digitalisasi. Dalam rangka mengatasi permasalahan tersebut, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui strategi yang digunakan dan mengetahui hasil yang dicapai dari strategi yang diterapkan UMKM Cimol Bojot AA. Teori ini menyatakan bahwa masyarakat terdiri dari sistem. Dimana sistem-sistem tersebut mempunyai fungsi untuk mencapai keseimbangan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Cimol Bojot AA telah mengadopsi beberapa strategi pengembangan yang efektif di era digitalisasi.

Kata Kunci: strategi pengembangan, UMKM, era digitalisasi

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Padila, H. A., Pratama, E. A. , & Maulana, R. (2024). Analisis Manajemen Resiko UMKM Penjualan Cimol Bojot Aa di Pasir Impun. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2101-2110. <https://doi.org/10.62710/8yvix9n95>

PENDAHULUAN

Usaha kecil, di sisi lain, adalah industri menguntungkan yang dioperasikan secara mandiri oleh orang atau perusahaan yang bukan anak perusahaan-perusahaan. UMKM berfungsi sebagai wahana konflik nasional yang dilandasi keadilan bagi semua pihak yang terlibat dan mengundang partisipasi dari berbagai pelaku ekonomi sesuai dengan kapasitasnya. (Purwaningsih dan Huda, 2018). Kebijakan UMKM telah diatur dalam UU Cipta Kerja No. 11 Tahun 2020 tentang prakarsa penciptaan lapangan kerja melalui kemudahan berusaha, perlindungan, dan pemberdayaan Koperasi dan UKM (KUMKM), yang diatur sendiri dalam Pasal 90 UU No. 11 Tahun 2020 sebagai bentuk perubahan dari undang-undang sebelumnya. Dimana Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah dengan kewenangannya wajib membantu, memajukan, dan mendorong kegiatan usaha mikro dan kecil dengan kegiatan usaha menengah dan besar dengan tujuan mengembangkan kompetensi dan kelas usaha.

Dari fenomena kemajuan teknologi ini tidak hanya berdampak kepada satu sektor masyarakat saja melainkan seluruh sektor masyarakat. Karena dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin canggih masyarakat perlahan mulai mengadaptasi teknologi sebagai penunjang kehidupan mereka. Para pelaku usaha dituntut untuk bisa survive agar dapat terus menjalankan usahanya di zaman yang berbasis online seperti sekarang ini. Hal ini tentu berdampak pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) seperti di bidang kuliner. Salah satu usaha Mikro Kecil Menengah di bidang kuliner yang berpotensi dikembangkan dan dapat menciptakan lapangan kerja baru masyarakat di Kelurahan Cikadut, Kecamatan Cimencyan, Kota Bandung adalah UMKM Cimol Bojot AA. Hal tersebut dikarenakan Cimol Bojot AA merupakan makanan kecil/camilan yang disukai masyarakat khususnya masyarakat sunda mulai dari kalangan anak-anak sampai orang dewasa dengan tidak melihat tingkat pendidikan dan strata ekonomi. Cimol Bojot Aa merupakan cemilan khas Garut yang terbuat dari tepung kanji yang berasal dari Kampung Bojot, Kecamatan Karangpawitan Garut.

Untuk mencapai target pasar dan meningkatkan volume penjualan dan profitabilitas, teknik pemasaran dan media yang tepat diterapkan (Pradiani, 2018). Pada saat seperti ini dengan semakin meluasnya dan kecepatan dalam mengakses internet menyebabkan aktifitas masyarakat menjadi lebih efisien dari segi waktu. Masyarakat tidak perlu lagi keluar rumah untuk membeli barang ataupun membeli makan di pasar. Semuanya beralih menjadi serba online yang mana bisa menggunakan handphone untuk mengakses aplikasi antar pesan makan atau barang seperti Gojek, Shopee, Grab dan yang lainnya. Dengan kemajuan teknologi di era digital seperti sekarang ini, pelaku UMKM mulai menerapkan strategi pemasaran yang berbasis media sosial. Meski demikian terdapat beberapa UMKM yang belum mengoptimalkan media digital dalam penjualan produknya, dikarenakan masyarakat masih belum akrab dalam mengakses platform daring untuk memasarkan produk yang mereka jual. Tidak sedikit juga yang mempromosikan barang atau jasanya hanya lewat mulut ke mulut atau sekedar memajang produknya di etalase toko. Persaingan pun juga semakin ketat di pasaran sehingga peluang untuk meningkatkan penjualan menjadi semakin sedikit. Berangkat dari permasalahan diatas mengenai kondisi yang terjadi, maka peneliti tertarik untuk "Menganalisis Manajemen Resiko pada usaha mikro, kecil, dan menengah UMKM dalam menghadapi pasar di digitalisasi khususnya di Usaha Cimol Bojot Kelurahan Cikadut, Cimencyan, Kota Bandung.

KAJIAN PUSTAKA

Manajemen risiko adalah suatu bidang ilmu yang membahas tentang bagaimana suatu organisasi menerapkan ukuran dalam memetakan berbagai permasalahan yang ada dengan menempatkan berbagai pendekatan manajemen secara komprehensif dan sistematis. Manajemen risiko mempunyai arti yang lebih luas yaitu semua risiko yang terjadi di dalam masyarakat (kerugian, harta, jiwa, keuangan, usaha dan lain lain) ditinjau dari segi manajemen perusahaan. Manajemen risiko adalah seperangkat kebijakan, prosedur yang lengkap yang dimiliki organisasi untuk mengelola, memonitor dan mengendalikan organisasi terhadap risiko.

Risk assessment adalah bagian integral dari manajemen risiko yang melibatkan identifikasi bahaya potensial (hazard), penilaian probabilitas dan dampak dari risiko. Termasuk juga implementasi langkah-langkah untuk mengurangi atau mengendalikan risiko. Oleh karena itu, risk assessment hadir untuk menganalisis risiko-risiko yang bisa ditanggung perusahaan saat melakukan upaya untuk meraih keuntungan. Risk assessment tidak hanya dilakukan untuk sebuah departemen. Secara strategis, seringkali karyawan akan melakukan risk assessment sendiri untuk memahami potensi keuntungan suatu pekerjaan dan kelayakannya untuk dilakukan. Umumnya, risk assessment dilakukan oleh tim SDM atau bahkan memiliki tim khusus untuk melakukannya. Biasanya perusahaan yang memiliki tim untuk melakukan risk assessment tersendiri adalah perusahaan yang berskala besar.

Risiko diartikan sebagai suatu peristiwa yang diakibatkan dari pengambilan suatu keputusan yang dapat atau tidak dapat diantisipasi yang biasanya bersifat negatif atau menimbulkan kerugian, suatu bencana atau menurunnya nilai dari suatu objek. Dapat juga diartikan risiko ialah potensi terjadinya suatu peristiwa/kejadian, baik yang dapat diperkirakan maupun yang tidak dapat diperkirakan, yang dapat menimbulkan dampak negatif bagi pencapaian visi, misi, tujuan/sasaran.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer yaitu dari pemilik, karyawan dan konsumen UMKM Cimol Bojot AA, dan sumber data sekunder yaitu beberapa sumber atau literatur yang berhubungan dengan kajian penelitian ini. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Tujuan wawancara ini yaitu untuk mendapatkan wawasan seputar manajemen risiko yang diterapkan oleh usaha UMKM penjual CIMOL BOJOT AA di pasir impun tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam mengelola risiko perlu mempertimbangkan perilaku stakeholder baik dari eksternal dan internal organisasi, termasuk faktor budaya dan perilaku masing-masing manusia (Yulianto, 2020). Berdasarkan dokumen SNI ISO 31000:2018, pengertian risiko adalah efek dari ketidakpastian untuk mencapai sasaran, sedangkan pengertian manajemen risiko adalah kegiatan terkoordinasi untuk mengendalikan dan mengarahkan organisasi terkait efek ketidakpastian pada sasaran organisasi. Efek yang membutuhkan manajemen risiko dapat berupa risiko negatif atau risiko positif. Dalam pandangan

manajemen risiko modern, Risiko negatif diartikan sebagai sesuatu yang menghambat sasaran organisasi. Sementara itu, risiko positif berarti kejadian yang dapat mendukung tercapainya sasaran organisasi. 85% penyebab kecelakaan adalah faktor manusia, sehingga upaya pengendalian selain ditujukan pada teknik mekanik juga dapat ditujukan pada aspek manusia. Sektor manufaktur dan konstruksi menjadi sumber angka kecelakaan kerja terbesar dengan persentase sebesar 63,6%. Direktur pelayanan BPJS menyarankan pada seluruh pekerja di Indonesia untuk memperhatikan dan menggunakan alat pelindung diri (APD) di tempat kerja sesuai dengan pekerjaan yang dilakukan. Pekerja juga harus melakukan pekerjaan sesuai dengan standar operasional prosedur (SOP) yang telah ditetapkan (Rahmatullah *et al.*, 2022).

Manajemen Risiko dijalankan semata untuk tujuan-tujuan tertentu. Tujuan-tujuan yang dimaksud adalah untuk melindungi perusahaan. Tujuan yang pertama adalah untuk melindungi perusahaan dari risiko bisnis yang berbahaya. Sehingga badan usaha tetap berdiri sekalipun diterpa berbagai macam masalah dan hal yang negatif. Melindungi perusahaan dengan manajemen risiko lebih berhasil dibandingkan yang tidak. Karena sebelum terjadi masalah, jenis problemnya sudah terdeteksi lebih dahulu. Desain RCSA memiliki pengaruh besar terhadap keberhasilan atau kegagalannya. Hal utama yang perlu dipertimbangkan adalah menimbang biaya dan manfaat dari penambahan elemen yang lebih komprehensif atau kompleks. Semakin banyak elemen yang ditambahkan ke dalam RCSA, semakin lama waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikannya, yang berarti memerlukan lebih banyak waktu dan sumber daya.

Manajemen resiko yang di terapkan pada UMKM Cimol Bojot Aa mencakup serangkaian strategi proaktif untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mengelola risiko-risiko yang dihadapi.

- Pertama, dengan memperhatikan risiko persediaan bahan baku yang mungkin menyusut karena faktor-faktor eksternal seperti kenaikan harga atau kelangkaan bahan, UMKM telah memutuskan untuk melakukan diversifikasi dalam pemasaran produk
- Kedua, dalam menghadapi fluktuasi harga yang sangat tinggi dan berdampak langsung pada margin keuntungan, UMKM telah menetapkan kebijakan untuk secara teratur memantau harga pasar dan menyesuaikan harga jual secara fleksibel.
- Ketiga, dalam menghadapi tingkat persaingan yang cukup besar di berbagai mitra, UMKM fokus pada peningkatan kualitas produk dan memberikan layanan yang baik kepada pelanggan untuk mempertahankan
- Keempat, menghadapi keterbatasan modal, UMKM telah melakukan perencanaan keuangan yang matang dan mencari sumber modal alternatif jika diperlukan
- Kelima, untuk mengurangi risiko kerusakan peralatan, UMKM melakukan perawatan preventif secara teratur terhadap peralatan penyimpanan dan pendukung usaha.

Cimol bojot AA merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang kuliner, sehingga saat ini memiliki lebih dari 16 cabang salah satunya yang ada di jln Pasir Impun. Setelah meneliti jauh tentang manajemen resiko umkm cimol bojot aa disimpulkan ada beberapa elemen yang ada diantaranya:

- Segmen Pelanggan (Customer Segment)
UMKM Cimol Bojot Aa memperluas segmen pelanggannya dengan cara membuka beberapa gerai cabang di tempat yang berbeda-beda, produk yang disediakan bisa dijual disemua kalangan baik itu anak-anak, remaja, dewasa, bahkan orang tua bisa ikut menikmati produk tersebut.
- Saluran (Channel)

Bukan berarti sudah memiliki cabang dimana-mana itu sudah cukup untuk menjangkau pelanggan, tentunya tidak hanya berhenti disitu mereka juga mempunyai saluran yang menghubungkan para konsumen dengan produknya melalui sosial media.

- Hubungan dengan Pelanggan (Customer Relationship)
Pelayanan yang baik terhadap konsumen sangat berperan penting walaupun hanya stan kecil tetapi jika memiliki sikap yang ramah terhadap konsumen maka akan membuat konsumen nyaman dan ingin datang kembali jadi itu kunci yang diterapkan owner terhadap para karyawan yang bekeja agar dapat menjaga keharmonisan hubungan baik dengan konsumen.
- Kerjasama (key partnerships)
Cimol Bojot Aa ini menjalin kemitraan dengan pemasok bahan baku tetap, memiliki agen tersendiri untuk bahan baku yang mereka gunakan untuk membuat produk jadi tidak khawatir akan kehabisan bahan baku jika misalnya di swalayan tidak ada stok bahan. Dengan cara ini sehingga dapat menanggung biaya modal dan dapat memenuhi permintaan pelanggan.
- Aktivitas kunci (key activities)
Owner dan para karyawan melakukan berbagai aktivitas dalam pembuatan Cimol dari pembuatan hingga rancangan penjualan target yang harus dijual setiap harinya, menyiapkan bahan baku, melakukan produksi sehingga pengemasan dan kemudian tahap penjualan yang langsung dilakukan karyawan terhadap konsumen. Kemudian yang selalu ditekankan untuk menjalin hubungan baik dengan para konsumen itu merupakan cara penting untuk mewujudkan keberhasilan dalam penjualan.
- Sumber Daya (key Resources)
Rumah owner dilakukan sebagai tempat produksi sebagai stan yang digunakan penjualan dalam penjualan produk, memiliki karyawan yang cukup banyak dan sudah terlatih membantu dari produksi sampai penjualan produk. Tentunya peralatan yang dipakai untuk penjualan dan produksi bersih dan steril.
- Proposisi Nilai (Value Proposition)
Value proposition dari Cimol Bojot Aa ini memiliki harga yang terjangkau, berbagai rasa yang enak bagi pencinta cemilan, isian yang berbagai macam, dibuat dari bahan yang berkualitas dan bersih, pelayanan cepat, ramah dan tanggap demi tercapainya kepuasan pelanggan.

1) Hasil dan Pembahasan 1

Identifikasi Risiko

Setelah dilakukan proses identifikasi risiko, didapatkan beberapa risiko yang mungkin terjadi yang dapat menghambat tujuan bisnis yaitu :

A. Risiko Keuangan

- a. Biaya operasional yang tidak terduga karena kenaikan biaya operasional seperti sewa tempat seperti mengurangi margin keuntungan dan mempengaruhi Kesehatan keuangan usaha
- b. UMKM rentan terhadap perubahan tren pasar, preferensi konsumen, atau kondisi ekonomi yang dapat memengaruhi permintaan produk atau layanan. Ketidakmampuan untuk beradaptasi dengan perubahan ini bisa menyebabkan penurunan pendapatan.
- c. Salah satu risiko utama bagi UMKM adalah kesulitan dalam mengelola arus kas. Ketidakmampuan untuk mengelola pendapatan dan pengeluaran secara efisien bisa

menyebabkan kekurangan dana untuk membayar utang, gaji karyawan, atau biaya operasional lainnya.

- d. Belum adanya dana darurat yang dibutuhkan dalam sebuah usaha untuk jaga jaga dan menanggulangi risiko yang akan terjadi.
- e. Inflasi dapat mengurangi daya beli konsumen, mempengaruhi biaya produksi, dan pada gilirannya mengurangi profitabilitas. Jika UMKM tidak dapat menyesuaikan harga produk atau efisiensi operasionalnya, mereka akan mengalami kerugian.

B. Risiko Operasional

- a. Kurangnya tenaga kerja yang terampil atau kelebihan beban kerja pada staf dapat memengaruhi kualitas produk atau layanan, serta produktivitas secara keseluruhan.
- b. Risiko terkait dengan ketergantungan pada pemasok atau vendor tunggal untuk bahan baku atau produk jadi. Jika pemasok mengalami masalah, seperti keterlambatan pengiriman atau kegagalan produksi, maka UMKM dapat mengalami gangguan dalam proses operasionalnya.
- c. Pengelolaan persediaan yang tidak efisien dapat menyebabkan kelebihan stok (overstocking) atau kekurangan stok (stockout).
- d. Dalam era digital, UMKM yang menyimpan data pelanggan atau informasi sensitif lainnya rentan terhadap risiko kebocoran data atau peretasan. Kehilangan data atau akses yang tidak sah dapat merusak kepercayaan pelanggan dan merugikan reputasi perusahaan.

C. Risiko Pemasaran.

- a. UMKM sering kali berhadapan dengan persaingan yang sangat ketat, terutama dari berbagai mitra cimol bojut AA yang lain.
- b. seiring dengan perkem. bangan teknologi, pemasaran digital menjadi hal yang sangat penting. UMKM yang tidak bisa memanfaatkan media sosial, website, atau saluran pemasaran digital lainnya berisiko tertinggal dalam persaingan dan tidak dapat menjangkau audiens yang lebih luas.
- c. Perubahan selera dan kebutuhan konsumen yang cepat dapat membuat produk atau layanan yang sebelumnya diminati menjadi tidak relevan. UMKM yang tidak dapat beradaptasi dengan tren atau perubahan kebutuhan pasar dapat kehilangan pelanggan
- d. Menetapkan harga yang tidak kompetitif atau terlalu tinggi dapat membuat produk UMKM sulit diterima oleh konsumen, terutama jika pesaing menawarkan produk serupa dengan harga lebih murah
- e. Perubahan regulasi terkait pemasaran, seperti ketentuan iklan, promosi, atau label produk, dapat mempengaruhi cara UMKM berkomunikasi dengan pelanggan. Kegagalan untuk mengikuti regulasi ini bisa menyebabkan denda atau gangguan dalam kegiatan pemasaran.

D. Risiko Produk

- a. Risiko produk yang pertama adalah ketidakmampuan untuk menjaga kualitas produk secara konsisten. Kualitas yang buruk atau bervariasi dapat mengurangi kepercayaan pelanggan, menyebabkan pengembalian barang, atau mengurangi loyalitas pelanggan.
- b. Tanpa inovasi yang berkelanjutan, produk UMKM bisa menjadi ketinggalan zaman atau kurang menarik di pasar yang dinamis. Kurangnya kemampuan untuk berinovasi

atau menyesuaikan produk dengan tren baru dapat menyebabkan produk tersebut kehilangan daya saing.

Tabel 1.1 Analisis SWOT

Strengths (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk yang unggul 2. Lokasi strategis 3. Penggunaan sosial media sebagai media pemasaran 4. Keunikan menu terutama pada ciri khas lokal atau inovatif, bisa menarik pelanggan yang mencari pengalaman baru. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya Pengelolaan Keuangan 2. Tergantung pada Sumber Bahan Baku Lokal 3. Minimnya pengetahuan tentang strategi dan teknik Pemasaran 4. Keterbatasan sumber daya manusia
Opportunities (Peluang)	Threats (Ancaman)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Inovasi produk berdasar permintaan pelanggan 2. Potensi meningkatnya permintaan 3. Pemasaran Digital dan Media Sosial 4. Kemitraan dengan Pemasok atau Distributor 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan yang ketat 2. Fluktuasi harga bahan baku 3. Perubahan Regulasi dan Kebijakan Pemerintah 4. Perubahan selera konsumen

2) Hasil dan Pembahasan 2

Matriks Risiko

Analisis risiko menggunakan matriks risiko untuk menentukan kemungkinan dan dampak dari setiap risiko yang telah teridentifikasi. Dalam matriks analisis risiko, terdapat tingkat risiko yang dibagi menjadi rendah, sedang dan tinggi serta perlakuan atas risiko yang perlu dihadapi. Hasil matriks analisis risiko dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

A. Hasil Analisis Matriks Risiko Keuangan

Peristiwa	Tingkat Risiko	Perlakuan Risiko
Terbatasnya modal untuk membuka mitra	Tinggi	Mencari adanya pendanaan alternatif dan investor
Peristiwa naiknya harga bahan baku	Tinggi	Diversifikasikan pemasok bahan baku
Ketidakstabilan stabilan pendapatan harian	Sedang	Mengelola anggaran leboh operasional dan efisien
Adanya pinjaman serta modal	Sedang	Merancanh pembayaran yang realistis
Terbatasnya tingkat likuiditas	Tinggi	Adanya dana cadang darurat

B. Hasil Analisis Matrik Risiko Operasional

Peristiwa	Tingkat Risiko	Perlakuan Risiko
SOP produksi yang tidak ada	Tinggi	Pembuatan SOP yang jelas serta penambahan pekerja
Gangguan Pasokan bahan baku	Sedang	Menjalin hubungan dengan mitra lain
Kerusakan alat	Tinggi	Berhati hati dalam menggunakan barang serta perawatan yang baik dan benar
Kurangnya inovasi baru	Sedang	Mengikuti tren pasar
Ketidakpastiaan cuaca	Sedang	Mengatsi situasi darurat engan menyediakan stok barang

C. Hasil Analisis Matriks Risiko Pemasaran

Peristiwa	Tingkat Risiko	Perlakuan Risiko
Mempromosikan produk kurang menarik	Sedang	Menggunakan media sosial yang menarik dengan mengunkan konten
Kurangnya akses ke pasar digital	Sedang	Adakannya flatprom online untuk memasarkan cimol bojot Aa
Tidak adanya strategi pemasaran khusus	Tinggi	Penyusunana rencana seacra terarah
Sulit menarik konsumen baru	Sedang	Promosi target
Kesalahan branding produk	Sedang	Kekonsistenan penyusunann strategi banding

D. Hasil Analisis Matriks Risiko Pasar

Peristiwa	Tingkat Resiko	Perlakuan resiko
Munculnya kompetitor pesaing antar mitra	Tinggi	Adanya keterampilan peningkatan inovasi baru dan layanan
Adayanya perubahan freperensi konsumen	Sedang	Menambahkan rasa baru pada cimol bojot aa
Turunnya daya beli pada konsumen	Sedang	Menyesuaikan harga pasar yang diterapkan

Ketergantungan musim produksi	Sedang	Pengembangan dan inovasi setiap tahunnya
Adanya fluktuasi permintaan produk	Tinggi	Membuat inovasi baru serta promo di saat permintaan sedang rendah

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa Umkm Cimol Bojot Aa yang ada di pasir impun menerapkan berbagai strategi manajemen risiko dalam operasional sehari-hari mereka. Diversifikasi produk, pemilihan pemasok yang handal, penyimpanan yang baik, perencanaan keuangan yang matang, peningkatan kualitas produk, layanan pelanggan yang baik, dan pemantauan harga jual secara teratur adalah beberapa strategi yang diterapkan.

Cimol Bojot Aa adalah cemilan khas garut yang berasal dari daerah Bojot, berbeda pada cimol umumnya cimol bojot mempunyai tekstur yang unik yaitu kenyal di dalam garing di luar, selain cimol original kami juga menyediakan dengan varian isian seperti keju mozzarella dan ayam premium. Penelitian ini menegaskan perlunya pendekatan dalam manajemen risiko, yang tidak hanya fokus pada satu aspek risiko, tetapi juga mengintegrasikan strategi yang beragam dan saling mendukung untuk mengelola risiko secara efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Almaidah firdaus (2021), <https://id.scribd.com/document/514840476/PROPOSAL-BISNIS-USAHA-CIMOL-BOJOT>,1-20
- Mira (2021), Proposal ini mengusulkan usaha cimol bojot bernama "Cimutan" yang menawarkan berbagai variasi rasa dan tingkat pedas <https://id.scribd.com/document/549960661/Cimol-Bojot-Kelompok-2-Lanjutan-1> ,1-13
- Sepriyadi, M. I., Wardani, A., Syahfitri, M., Alfayyadh F, M., & Resmaliana, R. (2023). Analisis Business Model Canvas (BMC) Pada UMKM Cimol Aa di Kota Tanjungpinang. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 2270–2281. Retrieved from <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/3718>
- Ghifari, Alaikal (2023), *Strategi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam menghadapi pasar di era Digitalisasi : Penelitian di Usaha Cimol Bojot AA di Kelurahan Babakan Surabaya, Kecamatan Kiaracondong, Kota Bandung*. <https://digilib.uinsgd.ac.id/79084/>
- Lia siti komariah 20 maret (2021) <https://cookpad.com/id/resep/14759435-cimol-bojot-garut>