



E-ISSN 3032-601X & P-ISSN 3032-7105

Vol. 3, No. 1, 2026

# MISTER

**Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science,  
Technology and Educational Research**

**Jurnal Penelitian Multidisiplin dalam Ilmu  
Pengetahuan, Teknologi dan Pendidikan**

**UNIVERSITAS SERAMBI MEKKAH  
KOTA BANDA ACEH**

[mister@serambimekkah.ac.id](mailto:mister@serambimekkah.ac.id)

Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science Technology  
and Educational Research

## Journal of MISTER

Vol. 3, No. 1, 2026

Pages: 68–80

### Analisis Manajemen Risiko Keuangan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Jajanan Basah “I’ O JAJAN” di Pasar Jatibarang

Silmy Mumtazah, Amirah

Universitas Pancasakti Tegal, Indonesia

#### Article in Journal of MISTER

|              |                                                                                                                                     |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Available at | : <a href="https://jurnal.serambimekkah.ac.id/index.php/mister/index">https://jurnal.serambimekkah.ac.id/index.php/mister/index</a> |
| DOI          | : <a href="https://doi.org/10.32672/mister.v3i1.3887">https://doi.org/10.32672/mister.v3i1.3887</a>                                 |

#### How to Cite this Article

|              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| APA          | : Silmy Mumtazah, & Amirah. (2025). Analisis Manajemen Risiko Keuangan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Jajanan Basah “I’ O JAJAN” di Pasar Jatibarang. Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research, 3(1), 68 – 80. <a href="https://doi.org/10.32672/mister.v3i1.3887">https://doi.org/10.32672/mister.v3i1.3887</a> |
| Others Visit | : <a href="https://jurnal.serambimekkah.ac.id/index.php/mister/index">https://jurnal.serambimekkah.ac.id/index.php/mister/index</a>                                                                                                                                                                                                                                      |

**MISTER: *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research*** is a scholarly journal dedicated to the exploration and dissemination of innovative ideas, trends and research on the various topics include, but not limited to functional areas of Science, Technology, Education, Humanities, Economy, Art, Health and Medicine, Environment and Sustainability or Law and Ethics.

**MISTER: *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research*** is an open-access journal, and users are permitted to read, download, copy, search, or link to the full text of articles or use them for other lawful purposes. Articles on Journal of MISTER have been previewed and authenticated by the Authors before sending for publication. The Journal, Chief Editor, and the editorial board are not entitled or liable to either justify or responsible for inaccurate and misleading data if any. It is the sole responsibility of the Author concerned.



ISSN 3032-7105

ISSN 3032-601X



## **Analisis Manajemen Risiko Keuangan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Jajanan Basah “I’O JAJAN” di Pasar Jatibarang**

**Silmy Mumtazah<sup>1\*</sup>, Amirah<sup>2</sup>**

Universitas Pancasakti Tegal, Indonesia<sup>1,2</sup>

\*Email Korespondensi: [mumtazahsilmy@gmail.com](mailto:mumtazahsilmy@gmail.com)

Diterima: 03-11-2025

| Disetujui: 13-11-2025

| Diterbitkan: 15-11-2025

### **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the financial risks of I’O JAJAN wet snack micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Jatibarang Market due to the presence of wet snack vendors who appeared after I’O JAJAN started selling and had a more strategic location. In this study, a descriptive qualitative approach with interviews was used to collect data from the owners of I’O JAJAN wet snack MSMEs in Jatibarang Market and other wet snack vendors. The analysis was conducted with a focus on financial risk management strategies such as product quality, price, product variety, and customer service. I’O JAJAN has implemented various strategies to manage financial risks effectively. Maintaining quality, increasing product innovation, competitive prices, and building customer loyalty. The results of this study indicate that despite experiencing a slight decrease in revenue after the presence of competitors, I’O JAJAN can maintain its business until now because it has a strategy behind the impact of competition on financial risk.*

**Keywords:** Competition; Financial Risk; Strategy; MSMEs

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis risiko keuangan pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) jajanan basah I’O JAJAN di Pasar Jatibarang akibat adanya pedagang jajanan basah yang hadir setelah I’O JAJAN berjualan dan memiliki lokasi yang lebih strategis. Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif deskriptif dengan wawancara digunakan untuk mengumpulkan data dari pemilik usaha UMKM jajanan basah I’O JAJAN di dalam pasar Jatibarang maupun pedagang jajanan basah lainnya. Analisis dilakukan dengan fokus pada strategi manajemen risiko keuangan seperti kualitas produk, harga, variasi produk, serta pelayanan terhadap pelanggan. I’O JAJAN telah menerapkan berbagai strategi untuk mengelola risiko keuangan dengan efektif. Menjaga kualitas, meningkatkan inovasi produk, harga yang kompetitif, serta membangun loyalitas terhadap pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun mengalami sedikit penurunan pendapatan setelah hadirnya pesaing, namun I’O JAJAN dapat mempertahankan usahanya hingga sekarang karena memiliki strategi dibalik dampak persaingan terhadap risiko keuangan.

**Katakunci:** Persaingan; Risiko Keuangan; Strategi; UMKM.

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memainkan peran yang sangat penting dalam perekonomian suatu negara. Mereka merupakan tulang punggung ekonomi yang berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, peningkatan inovasi, serta distribusi pendapatan (Jikrillah et al., 2021). Kontribusi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia pada tahun 2025 diperkirakan mencapai lebih dari 60%, sekitar 60-62,3% berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, serta menjadi pilar utama yang menyerap hampir 97% tenaga kerja nasional. Angka ini menegaskan peran vital UMKM dalam pertumbuhan ekonomi inklusif dan berkelanjutan (Pane et al., 2025). Meskipun memiliki potensi yang sangat besar, UMKM juga memiliki tantangan yang besar dalam mempertahankan usahanya. UMKM harus mampu mengelola usahanya agar dapat menghindari risiko, terutama risiko keuangan. Risiko ini merujuk pada risiko berkurangnya pendapatan yang didapatkan perusahaan. Risiko keuangan biasanya disebabkan oleh modal yang terbatas, sumber daya manusia yang kurang terlatih, lokasi yang kurang strategis, serta hadirnya pesaing sehingga rentan mengalami risiko keuangan (Atmini et al., 2024). Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi UMKM adalah adanya pesaing yang datang dan berjualan didaerah usaha UMKM tersebut. Hal ini dapat berdampak buruk jika UMKM tersebut tidak mampu mengimbangi pesaing yang datang. Penjualan UMKM tersebut bisa saja berkurang karena adanya pesaing tersebut, tentunya hal itu dapat mempengaruhi kondisi keuangan UMKM itu, semakin kecil penjualannya, maka semakin sedikit juga pendapatan yang akan didapatkan UMKM tersebut (Yolanda & Hasanah, 2024).

I'O JAJAN adalah sebuah UMKM yang bergerak di bidang jajanan pasar. I'O JAJAN sudah berdiri sejak tahun 1995 yang saat itu belum ada penjual jajanan pasar di Pasar Jatibarang. I'O JAJAN adalah penjual jajanan pasar pertama di Pasar Jatibarang. Menjadi penjual jajanan pasar pertama di Jatibarang tentunya memiliki keuntungan tersendiri daripada penjual jajanan pasar yang lain, yaitu memiliki pelanggan yang lebih banyak dan setia sejak dulu karena sudah memiliki nama yang cukup dikenal banyak orang. Meskipun demikian, I'O JAJAN harus mampu beradaptasi dengan perubahan pasar dan mengelola risiko yang muncul dari ketidakpastian ekonomi. Risiko keuangan yang dihadapi UMKM ini meliputi fluktuasi pendapatan harian yang bergantung pada jumlah pelanggan. Jumlah pelanggan sangat mempengaruhi pendapatan harian UMKM I'O JAJAN. Oleh karena itu, saat pesaing datang tentunya dapat mengurangi pelanggan harian I'O JAJAN. Ada 7 pesaing yang hadir di dalam pasar dan 2 pesaing yang hadir di luar pasar Jatibarang. IU JAJAN, JENAH SNACK, NOFA SNACK, MBA SAROH JAJAN, TAIYAH JAJAN, SARAH SNACK, dan IKOH JAJAN adalah pesaing IO JAJAN yang berada di dalam Pasar Jatibarang. Sedangkan MBA WUTUH JAJAN dan UYUN SNACK adalah pesaing I'O JAJAN yang berada di luar Pasar Jatibarang. Mereka memang pedagang baru setelah I'O JAJAN, namun mereka memiliki kelebihan lokasi yang lebih strategis yang menjadikannya kekuatan untuk menyaingi I'O JAJAN sebagai pedagang jajanan basah pertama yang ada di Pasar Jatibarang. Menghadapi risiko keuangan tersebut bagi I'O JAJAN penting untuk menerapkan manajemen risiko keuangan yang baik. Risiko keuangan ini mencakup ketidakstabilan pendapatan karena hadirnya pesaing yang memiliki kelebihan lokasi yang lebih strategis.

Studi tentang manajemen risiko UMKM sejauh ini fokus pada beberapa aspek risiko. Penelitian risiko keuangan memiliki prioritas yang tinggi kemudian diikuti oleh risiko bisnis, risiko operasional, risiko reputasi, dan risiko hukum dan kepatuhan dalam hierarki risiko yang dihadapi oleh perusahaan (Pamungkas & Prasetyo, 2022). Hasil penelitian Muhamad Sofi Sholeh (2017) dengan judul persaingan usaha antara

enting-enting gepuk dan gulo kacang, menyimpulkan persaingan antara usaha enting-enting gepuk dan gulo kacang membutuhkan etika dan strategi agar usahanya lebih unggul. Hasil dari jurnal ini membuktikan bahwa enting-enting gepuk lebih unggul karena mengedepankan pada pelayanan dan kepuasan kepada pelanggannya dan juga memiliki strategi dalam pemasarannya yaitu memperluas jaringan keluar daerah sehingga memiliki jaringan yang lebih luas daripada usaha gulo kacang yang sedang mengalami penurunan omset. Jadi, persaingan usaha merupakan risiko keuangan yang dapat terjadi kapan saja. Sehingga, pelaku usaha harus mampu menghadapi jika kedatangan pesaing baru (Sholeh, 2017). Adapun hasil penelitian dari Jusmiyanti dkk (2022) dengan judul strategi bersaing antar pedagang kuliner Taman Sangomang Palangka Raya. Hasil dari jurnal ini yaitu terdapat 3 strategi bisnis yang diterapkan pada pedagang kuliner disitu, diantaranya ialah melakukan pengembangan produk yang sudah ada, membuat produk baru yang tidak ada pada pedagang lain, dan mempertahankan atau menjaga kualitas rasa yang sudah ada. Sehingga dalam menjalankan usaha kuliner perlu memiliki strategi untuk mempertahankan usahanya agar tetap bertahan meskipun sama-sama usaha kuliner dan di satu tempat yang sama (Jusmiyanti et al., 2022).

Penelitian ini merupakan upaya untuk mengetahui dampak persaingan terhadap risiko keuangan serta strategi yang dilakukan untuk mempertahankan usahanya bagi UMKM. Kajian tentang dampak persaingan terhadap risiko pada UMKM jajanan basah I'O JAJAN terhadap hadirnya pesaing baru penting untuk dilakukan karena dengan adanya analisis tersebut akan mengetahui dan mengidentifikasi risiko apa saja yang akan terjadi, baik itu di masa sekarang maupun masa mendatang terkhusus pada risiko keuangan. Dengan diketahuinya risiko maka akan mempermudah dalam pengendalian risiko tersebut agar kemungkinan untuk terjadinya risiko itu kecil atau bahkan sangat kecil, serta dapat mengetahui strategi yang dilakukan untuk dapat mempertahankan usahanya.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang manajemen risiko keuangan pada I'O Jajan dalam menghadapi persaingan dengan 7 pesaing di dalam dan 2 pesaing di luar Pasar Jatibarang yang memiliki lokasi lebih strategis. Studi kasus ini dilakukan dengan menggunakan wawancara mendalam pada subjek utama yaitu I'O Jajan di Pasar Jatibarang dan dengan subjek pembanding yaitu 7 pedagang jajanan basah yang ada di dalam Pasar Jatibarang, dengan 2 pedagang jajanan basah yang ada di luar Pasar Jatibarang sebagai teknik pengumpulan data primer. Wawancara mendalam memungkinkan peneliti untuk memperoleh informasi yang lebih detail dan kontekstual tentang bagaimana I'O Jajan mengelola risiko keuangan setelah kehadiran pesaing baru baik di dalam maupun di luar Pasar Jatibarang. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan pengumpulan data sekunder dari jurnal ilmiah dan sumber lainnya yang relevan. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan analisis tematik untuk mengidentifikasi tema-tema yang muncul dan memperoleh makna yang lebih mendalam tentang manajemen risiko keuangan pada I'O Jajan. Hasil analisis ini kemudian disajikan untuk memberikan gambaran yang jelas dan terperinci tentang bagaimana I'O Jajan mengelola risiko keuangan dan strategi apa yang digunakan untuk menghadapi persaingan dengan pesaing I'O JAJAN baik di dalam maupun di luar Pasar Jatibarang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum Lapak Jajanan Basah I'O JAJAN dan Kelebihan Lokasi Yang Lebih Strategis bagi 9 Pesaing I'O JAJAN

#### 1. Gambaran Umum Lapak Jajanan Basah I'O JAJAN



Subjek utama pada penelitian ini yaitu I'O JAJAN, seorang penjual jajanan basah di Pasar Jatibarang yang berdiri sejak 1995 dengan ibu Kholidah sebagai pemilik usaha tersebut. Lapak I'O JAJAN berada di dalam Pasar Jatibarang, tepatnya adalah wilayah yang jarang dilewati oleh pembeli karena tempatnya yang lumayan jauh dari pintu masuk pasar. Namun, meskipun letaknya yang jarang dilewati pembeli, I'O JAJAN sudah berdiri selama 30 tahun. Produk yang dijual tentunya aneka macam jajanan basah yang sangat beragam. Menurut pernyataan Ibu I'O: "Saya berjualan jajanan basah di Pasar Jatibarang ketika belum ada penjual jajanan disini, saya menjadi penjual pertama pada saat itu". Pelanggan I'O JAJAN kebanyakan adalah bakul yang memang akan dijual lagi karena I'O JAJAN menjual dengan harga grosir. meskipun kebanyakan pelanggannya adalah bakulan dan membeli dengan jumlah yang besar, I'O JAJAN tidak memiliki karyawan, melainkan keluarganya yang memberikan support penuh untuk kelancaran usahanya, yaitu suami dan anak ibu I'O yang membantu usahanya sampai saat ini.

#### 2. Gambaran Umum Lapak Jajanan basah IU JAJAN

Subjek pembanding pertama pada penelitian ini yaitu IU JAJAN, seorang penjual jajanan basah di Pasar Jatibarang yang berdiri sejak 2003 dengan ibu IU sebagai pemilik usaha tersebut. IU JAJAN merupakan pesaing pertama bagi I'O JAJAN. Lapak IU JAJAN berada di dalam Pasar Jatibarang, yang dekat dengan pintu samping pasar. Pintu samping pasar adalah pintu yang sering dilewati oleh banyak orang. Banyak sekali pelanggan impulsif yang melewati pintu samping bagian barat pasar jatibarang karena merupakan jalan pintas yang lebih cepat menuju ke bagian dalam Pasar Jatibarang. Hal ini tentunya menjadi kelebihan bagi IU JAJAN dalam menyaingi I'O JAJAN. Selain pembeli impulsif, IU JAJAN juga memiliki pelanggan tetap yang merupakan bakul jajan untuk dijual kembali, sehingga IU JAJAN juga menjual dengan harga yang kompetitif, sama dengan I'O JAJAN. Selama berjualan, ia dibantu oleh suami dan memiliki 1 karyawan.

#### 3. Gambaran Umum Lapak Jajanan Basah JENAH SNACK

Subjek pembanding kedua yaitu Jenah *Snack*, seorang penjual jajanan basah di Pasar Jatibarang yang berdiri sejak 2005 dengan ibu Jenah sebagai pemilik usaha tersebut. Lapak ibu jenah dekat dengan IU JAJAN yaitu dekat dengan pintu samping Pasar Jatibarang. Meski dekat dengan IU JAJAN, lapak ibu Jenah tetap saja lebih strategis dari I'O JAJAN dan menjaidikan lokasi sebagai

kelebihan usahanya. Pembelinya kebanyakan juga bakulan yang akan dijual lagi. Ibu jenah dibantu oleh suaminya dalam menjalankan usahanya.

4. Gambaran Umum Lapak Jajanan basah NOFA SNACK

Subjek pembanding ketiga pada penelitian ini yaitu NOFA SNACK, seorang penjual jajanan basah di Pasar Jatibarang yang berdiri sejak 2005 dengan ibu Nofa sebagai pemilik usaha tersebut. Lapak NOFA SNACK berada di tengah Pasar Jatibarang yang tetap ramai hingga siang hari. Jadi, NOFA SNACK buka hingga pukul 14.00 karena lokasinya yang ramai hingga siang hari. Hal itu tentunya menjadikan kelebihan bagi ibu Nofa dalam menjalankan usahanya. Kebanyakan pembeli dari NOFA SNACK adalah bakulan desa yang menyetorkan uangnya ketika siang hari, tidak sedikit pula pembeli impulsif yang beli di ibu nofa apalagi bagi pelanggan impulsif yang belanja ketika siang hari. Sama dengan IU JAJAN, Ibu Nofa juga dibantu oleh suami dan 1 karyawan selama berjualan

5. Gambaran Umum Lapak Jajanan Basah BU SAROH JAJAN

Subjek pembanding keempat pada penelitian ini yaitu Bu Saroh Jajan, seorang penjual jajanan basah yang berada di Terminal Pasar Jatibarang yang berdiri sejak tahun 2010 dengan ibu Saroh sebagai pemilik usaha tersebut. Lapak Jajanan basah bu Saroh yang berada di Terminal Pasar Jatibarang tentunya sangat strategis karena walau itu masih area Pasar Jatibarang, tapi posisinya berada paling gampang dijangkau bagi orang yang hanya belanja di area terminal, tidak sampai masuk ke dalam dalam pasar, karena terminal di Pasar Jatibarang itu sudah banyak penjual yang berjualan disitu sehingga banyak pembeli juga di area terminal. Jika di terminal itu ramai ketika pagi hari hingga pukul 10.00 saja, sehingga kebanyakan pembeli ibu Saroh yaitu bakul pagi hari dan ramai ketika weekend karena banyak ibu-ibu rumah tangga yang ke pasar ketika anaknya libur sekolah dan ke pasar yang hanya di area terminal pasar saja. Ibu saroh tidak dibantu siapapun dalam usahanya, sehingga bu saroh hanya sendirian ketika berjualan.

6. Gambaran Umum Lapak Jajanan Basah TAIYAH SNACK

Subjek pembanding kelima pada penelitian ini yaitu Taiyah Snack, seorang penjual jajanan basah yang berada di pintu masuk Pasar Jatibarang yang berdiri sejak tahun 2019 dengan ibu Iyah sebagai pemilik usaha tersebut. Lapak jajanan basah ibu Iyah berada di pintu masuk Pasar Jatibarang yang menjadikan lokasi yang dimiliki usaha tersebut sangat strategis karena pintu masuk utama adalah pintu yang pasti di lewati oleh pembeli. Kebanyakan pembelinya adalah bakulan dan pelanggan impulsif. Sama dengan ibu Saroh, ibu Iyah juga berjualan sendirian setiap harinya.

7. Gambaran Umum Lapak Jajanan Basah SARAH SNACK



Subjek pembanding keenam pada penelitian ini yaitu Sarah Snack, seorang penjual jajanan basah yang berada di dalam Pasar Jatibarang yang berdiri sejak tahun 2021 dengan Sarah sebagai pemilik usaha tersebut. Lapak SARAH SNACK berada di perempatan tikungan di dalam Pasar Jatibarang, sehingga selalu dilewati oleh banyak orang. Produk yang dijual juga sama dengan I'O JAJAN yaitu aneka macam jajanan basah. Karena lokasinya berada di tengah-tengah dan tepat di perempatan tikungan pasar, jadi kebanyakan pelanggan SARAH SNACK adalah pembeli impulsif yang sedang belanja lalu mampir untuk membeli jajan, namun ada juga pelanggan bakulan yang membeli di SARAH SNACK. Dalam menjalankan usahanya, SARAH SNACK dibantu oleh adiknya dan memiliki 1 karyawan.

8. Gambaran Umum Lapak Jajanan Basah IKOH SNACK

Subjek pembanding ketujuh pada penelitian ini yaitu IKOH SNACK, seorang penjual jajanan basah yang berada di dalam Pasar Jatibarang dan berdiri pada tahun ini, yaitu tahun 2025, dengan ibu Ikoh sebagai pemilik usaha tersebut. Meskipun baru berdiri tahun ini, Ikoh Snack menjadi salah satu pesaing I'O JAJAN karena lokasinya di dekat parkir motor yang tentunya semua pembelinya adalah pembeli impulsif yang membeli secara ecer, namun lokasi yang strategis tetap menjadikan IKOH SNACK memiliki kelebihan lokasi yang lebih strategis daripada I'O JAJAN. Saat berjualan, Ibu Ikoh dibantu oleh suaminya.

9. Gambaran Umum Lapak Jajanan Basah Mba Wutuh Jajan



Subjek pembanding kedelapan pada penelitian ini yaitu Mba Wutuh Jajan, seorang penjual jajanan basah dan berada di luar Pasar Jatibarang yang berdiri sejak 2003, dengan ibu Wutuh sebagai pemilik usaha tersebut. Lokasi lapak Mba Wutuh sangat strategis karena selain dekat dengan pasar, Mba Wutuh Jajan juga berada di depan Kantor Polisi dan dekat sekali dengan sekolah SD Jatibarang. Sehingga kebanyakan pembelinya adalah para ibu-ibu yang mengantar sekolah dan bapak-bapak yang mengantar istri yang sedang ke pasar dan menunggu hanya diluar pasar.

Lokasinya strategis jadi meskipun volume penjualannya kecil namun ia dapat ikut bersaing. Selama berjualan, Ibu Wutuh hanya sendiri tanpa dibantu siapapun.

10. Gambaran Umum Lapak Jajanan Basah UYUN SNACK



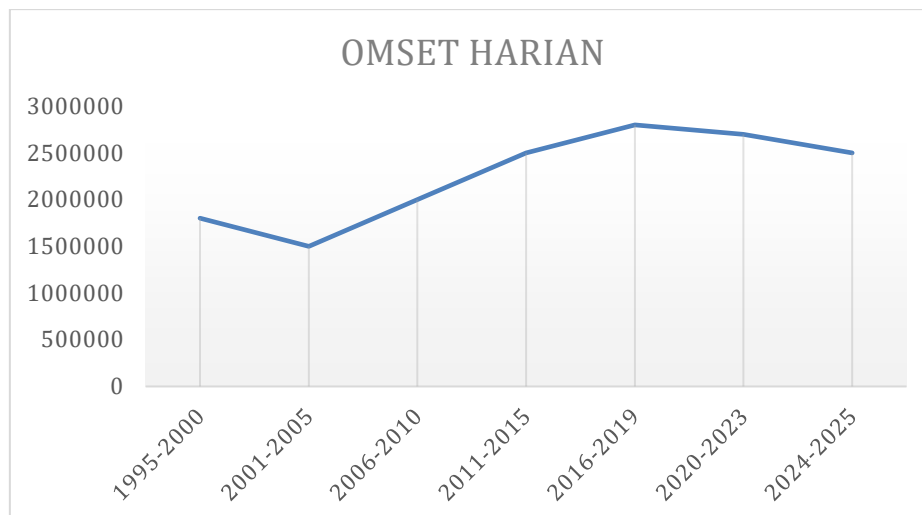
Subjek pembanding kesembilan pada penelitian ini yaitu UYUN SNACK, seorang penjual jajanan basah di pinggir jalan yang berdiri di tahun 2025 dengan Uyun sebagai pemilik usaha tersebut. Lapak UYUN SNACK berada di pinggir jalan desa Jatibarang Kidul, memiliki lokasi strategis karena dekat dengan sekolah dan Pasar jatibarang. Produk yang dijual juga sama dengan I'O JAJAN yaitu aneka macam jajanan basah. Pelanggan UYUN SNACK juga kebanyakan adalah pembeli impulsif yang memang memiliki tujuan lain dan tidak direncanakan untuk membeli jajan, seperti ibu-ibu yang mengantarkan anaknya ke sekolah, atau orang yang mau ke Pasar. Sama dengan I'O JAJAN, UYUN SNACK juga dibantu keluarganya dalam menjalankan usahanya.

**B. Identifikasi Risiko Keuangan Yang Dapat Terjadi Pada I'O JAJAN Akibat Adanya Persaingan Dengan 9 Pesaing Yang Memiliki Lokasi Lebih Strategis**

1. Penurunan Omset

Penurunan omset penjualan jajanan basah setelah adanya pesaing baru dapat menjadi ancaman serius bagi keberlangsungan bisnis. Penurunan omset I'O JAJAN terjadi saat hadirnya pesaing baru walaupun omset yang turun memang tidak banyak, tetapi tentunya akan mempengaruhi pendapatan I'O JAJAN. Jika dilihat pada grafik, penurunan mulai terjadi pada tahun 2020 yang saat itu terjadi covid-19 dan membuat ekonomi di Indonesia menjadi tidak baik-baik saja. Selain faktor global, tentunya penurunan omset disebabkan oleh hadirnya pesaing baru yang memang memiliki lokasi yang lebih strategis dan membuat pendapatan harian I'O JAJAN menurun

**Grafik 1**  
**Omset Harian I'O JAJAN**



Pada grafik omset harian I'O JAJAN, terlihat pada tahun 1995-2000 I'O JAJAN mendapatkan rata-rata omset harian sebesar 1.800.000 setiap harinya. Pada tahun itu hanya ada I'O JAJAN yang berjualan jajanan basah di Pasar Jatibarang sehingga omset hariannya lumayan tinggi. Pada tahun 2001-2005 omset harian yang didapatkan I'O JAJAN sekitar 1.500.000 per hari yang artinya turun sekitar 300.000 dari tahun 1995-2000. Pada tahun itu mulai muncul pesaing di Pasar Jatibarang yaitu IU JAJAN dan Mba Wuttuh Jajan pada 2003, serta Nofa *Snack* pada tahun 2005. Pada tahun 2006-2010 omset harian I'O JAJAN kembali naik hingga 2.000.000 yang berarti naik sebesar 500.000 perhari. Pada tahun 2011-2016 juga naik sebesar 500.000 sehingga rata-rata omset harian I'O JAJAN pada tahun itu sekitar 2.500.000 perhari. Pada tahun 2016-2019 juga naik hingga mencapai 2.800.000 yang merupakan rata-rata omset harian tertinggi hingga saat ini. Pada tahun 2020-2023 I'O JAJAN mengalami penurunan rata-rata omset harian sebesar 100.000 yang berarti tahun itu memiliki omset harian sebesar 2.700.000. pada tahun 2024-2025 kembali turun karena mulai muncul saingan yang ada di pinggir jalan dan membuat omset menjadi turun sekitar 200.000 sehingga hanya mendapat omset harian sebesar 2.500.000 perhari. Penurunan omset harian I'O JAJAN tentunya dapat menurunkan pendapatan harian I'O JAJAN.

## 2. Persaingan Harga

Persaingan harga pada penjualan jajanan basah merupakan salah satu risiko yang sangat signifikan dan berpotensi besar bagi I'O jajan setelah munculnya pesaing baru di pasar Jatibarang. Sebelum adanya pesaing, I'O jajan memiliki posisi yang sangat strategis sebagai penentu harga di pasar, sehingga mereka dapat menetapkan harga jual yang relatif tinggi dan mendapatkan keuntungan yang maksimal dari penjualan jajanan basah mereka. Dalam kondisi seperti ini, I'O jajan memiliki kontrol penuh atas harga pasar dan dapat menentukan margin keuntungan yang diinginkan tanpa harus khawatir tentang persaingan yang ketat. Namun, dengan munculnya pesaing baru di pasar Jatibarang, situasi bisnis I'O jajan mengalami perubahan yang sangat drastis. Pesaing

baru tersebut menawarkan produk jajanan basah dengan harga yang lebih kompetitif, sehingga membuat konsumen memiliki lebih banyak pilihan dan I'O jajan harus beradaptasi dengan cepat untuk tetap kompetitif. Akibatnya, I'O jajan terpaksa harus menyesuaikan diri dengan harga pasar yang ada, sehingga mereka hanya mampu menjual jajanan dengan harga yang lebih rendah dari sebelumnya. Perubahan harga ini tentunya berdampak langsung pada pendapatan I'O jajan, sehingga mereka akan mengalami perubahan pendapatan yang signifikan dibandingkan dengan sebelum adanya pesaing.

### 3. Kehilangan Pelanggan

Risiko keuangan berikutnya adalah kehilangan pelanggan bagi I'O JAJAN. Kehilangan pelanggan merupakan risiko ya Risiko keuangan berikutnya yang dihadapi oleh I'O JAJAN adalah kehilangan pelanggan, yang merupakan ancaman serius bagi pendapatan dan keberlangsungan bisnis mereka. Kehilangan pelanggan jajanan basah I'O JAJAN dapat disebabkan oleh berbagai faktor, terutama munculnya pesaing baru di pasar yang menawarkan produk serupa dengan harga yang kompetitif dan kualitas yang baik. Dengan banyaknya pilihan yang tersedia bagi pelanggan, maka pelanggan yang sudah lama berlangganan dengan I'O JAJAN mungkin akan mempertimbangkan untuk beralih ke pesaing yang menawarkan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai alasan, seperti perubahan selera, perubahan kebutuhan, atau bahkan karena pengaruh dari promosi atau iklan yang efektif dari pesaing. Kehilangan pelanggan dapat berdampak signifikan pada pendapatan I'O JAJAN, karena pelanggan yang sudah ada merupakan sumber pendapatan yang stabil dan loyal. Jika pelanggan tersebut beralih ke pesaing, maka I'O JAJAN harus mencari pelanggan baru untuk menggantikan pendapatan yang hilang. Selain itu, kehilangan pelanggan juga dapat mempengaruhi reputasi I'O JAJAN di pasar, karena pelanggan yang puas akan cenderung membagikan pengalaman positif mereka kepada orang lain, sedangkan pelanggan yang tidak puas akan membagikan pengalaman negatif mereka. Oleh karena itu, kehilangan pelanggan merupakan risiko keuangan yang sangat penting bagi I'O JAJAN untuk diantisipasi dan diatasi.

### 4. Tekanan Untuk Berinovasi

Risiko selanjutnya bagi I'O JAJAN setelah munculnya pesaing adalah adanya tekanan untuk berinovasi. Dengan hadirnya pesaing baru di pasar, I'O JAJAN menjadi harus lebih inovatif dalam mengembangkan produk dan layanan mereka. Pesaing yang baru hadir seringkali membawa keunggulan kompetitif yang membuat I'O JAJAN harus memiliki keunggulan yang sama atau bahkan lebih baik untuk mempertahankan posisi pasar mereka. Tekanan untuk inovasi ini membuat I'O JAJAN harus terus mengembangkan dan memperbarui produk jajanan basah mereka, baik dari segi rasa, kualitas, maupun kemasan, untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang semakin meningkat. Tekanan berinovasi ini dapat berdampak signifikan pada I'O JAJAN, karena I'O JAJAN perlu mengalokasikan sumber daya yang cukup untuk mengembangkan produk baru dan memperbarui produk yang sudah ada. Jika I'O JAJAN tidak dapat mengembangkan produk yang inovatif dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan, maka I'O JAJAN dapat kehilangan pelanggan dan pendapatan. Selain itu, tekanan inovasi juga dapat membuat I'O JAJAN rentan

terhadap risiko kegagalan produk, biaya pengembangan yang tinggi, dan kehilangan pangsa pasar jika tidak dapat bersaing dengan pesaing.

### C. Pengukuran Tingkat Risiko dan Evaluasi Risiko Bagi I'O JAJAN

**Tabel 1**  
**Matriks Risiko**

| Risiko                   | Kemungkinan | Dampak | Tingkat Risiko |
|--------------------------|-------------|--------|----------------|
| Penurunan Omset          | Tinggi      | Besar  | Sangat Tinggi  |
| Kehilangan Pelanggan     | Tinggi      | Besar  | Sangat Tinggi  |
| Tekanan Untuk Berinovasi | Sedang      | Besar  | Tinggi         |
| Persaingan Harga         | Sedang      | Sedang | Sedang         |

Berdasarkan hasil pengukuran risiko yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa I'O Jajan menghadapi beberapa risiko yang signifikan dan evaluasi setelah munculnya pesaing baru:

1. Penurunan Omset dan Kehilangan Pelanggan: Kedua risiko ini memiliki tingkat risiko yang sangat tinggi karena memiliki kemungkinan tinggi dan dampak besar. Artinya, I'O Jajan sangat rentan terhadap penurunan omset dan kehilangan pelanggan jika tidak dapat bersaing dengan pesaing baru. Jika tidak ditangani dengan baik, risiko ini dapat menyebabkan kerugian besar bagi UMKM. Sehingga I'O JAJAN perlu meningkatkan promosi, kualitas produk, serta pelayanan pelanggan.
2. Tekanan untuk Berinovasi: Risiko ini memiliki tingkat risiko yang tinggi karena walaupun memiliki kemungkinan sedang, tetapi memiliki dampak yang besar. Artinya, I'O Jajan perlu melakukan inovasi untuk tetap kompetitif dan menarik pelanggan, namun hal ini juga memerlukan investasi besar dan dapat mempengaruhi keuangan perusahaan.
3. Persaingan Harga: Risiko ini memiliki tingkat risiko yang sedang karena memiliki kemungkinan sedang dan dampak sedang. Artinya, I'O Jajan perlu memantau persaingan harga dengan pesaing baru dan melakukan penyesuaian yang tepat untuk tetap kompetitif.

Dalam keseluruhan, hasil pengukuran risiko menunjukkan bahwa I'O Jajan perlu memprioritaskan risiko penurunan omset dan kehilangan pelanggan, serta tekanan untuk berinovasi, karena keduanya memiliki dampak besar bagi perusahaan. Dengan memahami tingkat risiko yang dihadapi, I'O Jajan dapat mengembangkan strategi yang efektif untuk mengelola risiko-risiko tersebut dan meningkatkan kemampuan bersaing di pasar.

### D. Strategi IO JAJAN Dalam Menghadapi Risiko Keuangan Akibat Munculnya Pesaing Dalam Menjalankan Usahanya

1. Meningkatkan kualitas jajanan I'O JAJAN

Strategi yang pertama yang dilakukan I'O Jajan dalam meningkatkan daya saing dan mempertahankan pelanggan setia adalah dengan meningkatkan kualitas produk jajanan basahnya agar tetap dipercaya oleh pelanggan. I'O Jajan selalu menjual jajanan basah yang fresh dan berkualitas tinggi, dengan memastikan bahwa setiap produk yang dijual adalah produk yang baru dibuat dan memiliki rasa yang lezat. Jika tidak habis terjual, I'O Jajan lebih memilih untuk membuang produk tersebut daripada dijual ulang, sehingga memastikan bahwa pelanggan selalu mendapatkan produk yang segar dan aman untuk dikonsumsi. Rasa jajanan pada I'O JAJAN juga

dipastikan enk dan menyesuaikan lidah pelanggan, dikarenakan setiap ada jajanan baru, I'O JAJAN selalu minta kritik dan saran pada pelanggan mengenai jajan baru tersebut sehingga I'O JAJAN selalu memperbaiki apa yang menjadi kekurangan pada kualitas jajanan basah I'O JAJAN. Dengan demikian, I'O Jajan menunjukkan komitmennya terhadap kualitas dan keamanan pangan, sehingga pelanggan dapat merasa yakin dan percaya bahwa produk yang mereka beli adalah produk yang terbaik dan aman untuk dikonsumsi.

## 2. Mengoptimalkan Harga

Strategi yang kedua yang dilakukan oleh I'O JAJAN yaitu dengan mengoptimalkan harga. I'O JAJAN mengambil keuntungan maksimal 10% dari harga supplier, sehingga harga yang diberikan ke bakul tidak mahal, apalagi bagi bakul yang akan dijual lagi, tentunya itu sangat mendukung dalam menghadapi persaingan dengan pesaing yang ada. Dengan strategi harga yang kompetitif ini, I'O JAJAN dapat meningkatkan daya saingnya dan menarik lebih banyak pelanggan, baik bakul maupun konsumen akhir. Selain itu, I'O JAJAN juga dapat membangun hubungan yang baik dengan pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka, sehingga dapat mempertahankan pelanggan dan meningkatkan penjualan. Strategi harga yang tepat ini juga dapat membantu I'O JAJAN untuk meningkatkan pendapatan dan meningkatkan posisi pasarnya. Dengan demikian, I'O JAJAN dapat tetap kompetitif dan menjadi pilihan utama bagi pelanggan dalam membeli jajanan basah. Selain itu, I'O JAJAN juga dapat meningkatkan reputasinya sebagai penjual jajanan basah yang berkualitas dan harga yang kompetitif.

## 3. Meningkatkan Inovasi Produk

Strategi yang ketiga yang dilakukan oleh I'O JAJAN yaitu dengan meningkatkan inovasi pada penjualan jajanan basah. Jajanan basah terkenal dengan modelnya yang mengkhaskan jajanan jadul dan modelnya yang kurang menarik. Rata-rata penjual jajanan basah memang menjual jajanan yang rata-rata sama, seperti kue basah tradisional yang sudah tidak asing lagi. Namun, I'O JAJAN memberikan variasi produk yang berbeda dari pesaing-pesaingnya. I'O JAJAN tidak hanya menjual jajanan basah yang jadul, namun aneka macam jajanan pasar yang modern juga banyak dijual di I'O JAJAN, seperti kue basah dengan rasa unik, desain yang menarik, dan kemasan yang modern. Dengan demikian, I'O JAJAN dapat menarik perhatian pelanggan yang mencari sesuatu yang baru dan berbeda. Inovasi produk ini juga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan membuat mereka ingin kembali berbelanja di I'O JAJAN. Selain itu, I'O JAJAN juga dapat meningkatkan keunggulan kompetitifnya dengan menawarkan produk yang unik dan tidak dapat ditemukan di tempat lain. Dengan demikian, I'O JAJAN dapat mempertahankan posisinya sebagai penjual jajanan basah yang terdepan dan menjadi pilihan utama bagi pelanggan yang mencari jajanan basah yang lezat dan modern.

## 4. Membangun Loyalitas Pelanggan

Strategi keempat yang dilakukan I'O JAJAN dalam menghadapi pesaing yaitu membangun loyalitas pelanggan dengan memberikan hadiah ketika hari raya berupa barang-barang, biasanya perabotan atau baju. Pemberian hadiah lebaran disesuaikan dengan jumlah pembelian setiap hari pelanggan tersebut. Semakin banyak pelanggan membeli jajan, maka semakin besar juga nominal

hadiah yang diberikan oleh I'O JAJAN kepada pelanggan. Dengan demikian, I'O JAJAN dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan membuat mereka merasa dihargai. Program hadiah ini juga dapat memotivasi pelanggan untuk terus berbelanja di I'O JAJAN dan meningkatkan jumlah pembelian mereka. Selain itu, I'O JAJAN juga dapat membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka. Dengan strategi ini, I'O JAJAN dapat mempertahankan pelanggan setia dan meningkatkan reputasinya sebagai penjual jajanan basah yang peduli dengan pelanggan. Pelanggan yang puas dan loyal akan menjadi aset berharga bagi I'O JAJAN, karena mereka akan merekomendasikan I'O JAJAN kepada teman dan keluarga, sehingga meningkatkan jumlah pelanggan baru. Dengan demikian, I'O JAJAN dapat meningkatkan penjualan dan mempertahankan posisinya sebagai penjual jajanan basah yang terdepan.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa kehadiran pesaing baru yang memiliki lokasi lebih strategis baik di dalam maupun di luar Pasar Jatibarang, memberikan dampak nyata terhadap risiko keuangan I'O JAJAN, terutama dalam bentuk penurunan omset, persaingan harga, kehilangan pelanggan, serta tekanan untuk terus berinovasi. Dari hasil analisis risiko, faktor penurunan omset dan kehilangan pelanggan menjadi risiko dengan tingkat tertinggi yang paling memengaruhi stabilitas keuangan usaha. Meskipun demikian, I'O JAJAN berhasil mempertahankan usahanya melalui penerapan berbagai strategi manajemen risiko keuangan yang efektif. Strategi utama yang dilakukan meliputi peningkatan kualitas produk dengan menjaga kesegaran dan cita rasa jajanan basah, penetapan harga kompetitif agar tetap menarik bagi pelanggan bakulan maupun pembeli ecer, inovasi produk dengan menghadirkan variasi jajanan modern tanpa meninggalkan ciri tradisional, dan membangun loyalitas pelanggan melalui program hadiah dan pelayanan yang ramah. Dengan strategi tersebut, I'O JAJAN mampu meminimalkan dampak negatif persaingan, mempertahankan pelanggan setia, serta menjaga keberlanjutan usahanya selama lebih dari tiga dekade. Penelitian ini menegaskan pentingnya manajemen risiko keuangan dan inovasi berkelanjutan bagi UMKM agar mampu bertahan di tengah meningkatnya persaingan pasar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Atmini, N. D., Hidayanti, U. F., & Gunara, Y. N. (2024). *Analisis Manajemen Risiko Keuangan pada UMKM Lela Florist Kota Semarang*. Jurnal Visi Manajemen. <https://stiepari.org/index.php/jvm/article/view/641>
- Jikrillah, S., Ziyad, M., & Stiadi, D. (2021). Analisis manajemen risiko terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Kota Banjarmasin. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 9(2), 134–141. <https://jwm.ulm.ac.id/id/index.php/jwm/article/view/24>
- Jusmiyanti, J., Alexandro, R., Sundari, S., Rohaetin, S., Nibel, H., Daniel, S., Nonsihai, N., & Sukarningsi, S. (2022). *Strategi Bersaing Antar Pedagang Kuliner Taman Sangomang Palangka Raya*. Journal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial. <https://e-journal.upr.ac.id/index.php/JP-IPS/article/view/4920>
- Pamungkas, C. H., & Prasetyo, A. H. (2022). *Rancangan Manajemen Risiko pada Perusahaan Startup PT. Haruka Evolusi Digital Utama*. Journal of Emerging Business Management and Entrepreneurship Studies. <https://jebmes.ppmschool.ac.id/index.php/jebmes/article/view/65>

- Pane, A. S. A. S., Putri, H. R., Purba, A. T., & Harahap, L. M. (2025). Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 1(02), 122–129. <https://ojs.ruangpublikasi.com/index.php/jpim/article/view/259>
- Sholeh, M. S. (2017). *Sejarah Makanan Tradisional Salatiga Studi Kasus Persaingan Usaha Enting-Enting Gepuk Dan Gulo Kacang Antara Pribumi Muslim Dan Masyarakat Non Muslim Tahun 2000-2010*. <http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/2627/>
- Yolanda, C., & Hasanah, U. (2024). Peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam pengembangan ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*. <https://journal.utnd.ac.id/index.php/jmdb/article/view/1147>