



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: 283–288

Penerapan Manajemen Risiko pada Toko Oleh-Oleh Khas Tegal  
di Desa Ujungrusi

Elzayin Ramdhini, Amirah

Universitas Pancasakti Tegal

### Article in Journal of MISTER

Available at : <https://jurnal.serambimekkah.ac.id/index.php/mister/index>

DOI : <https://doi.org/10.32672/mister.v3i1.3927>

### How to Cite this Article

APA : Elzayin Ramdhini, & Amirah. (2025). Penerapan Manajemen Risiko pada Toko Oleh-Oleh Khas Tegal di Desa Ujungrusi. *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research*, 3(1), 283 – 288.  
<https://doi.org/10.32672/mister.v3i1.3927>

Others Visit : <https://jurnal.serambimekkah.ac.id/index.php/mister/index>

**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



## Penerapan Manajemen Risiko pada Toko Oleh-Oleh Khas Tegal di Desa Ujungrusi

Elzayin Ramdhini<sup>1\*</sup>, Amirah<sup>2</sup>

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pancasakti Tegal<sup>1,2</sup>

\*Email Korespodensi: [elzayin1508@gmail.com](mailto:elzayin1508@gmail.com)

Diterima: 19-11-2025

| Disetujui: 29-11-2025

| Diterbitkan: 01-12-2025

### ABSTRACT

*This study aims to explore the application of risk management to address seasonal sales declines in Tegal souvenir shops. How can risk management contribute to maintaining business stability during seasonal sales declines? Previously, research on the application of risk management in local souvenir SMEs within the tourism context has received little attention. This study contributes by examining practical steps to minimize the risk of declining sales by improving service quality, product consistency, and implementing simple but effective promotional strategies. The research method used was descriptive qualitative, with primary data collected through interviews and direct observation with the owners, employees, and customers of Tegal souvenir shops. The findings indicate that quality service, product consistency, and customer trust are key elements in maintaining business continuity during the off-season. Most businesses still rely on direct sales and word-of-mouth promotion, but simple use of social media has begun to show a positive impact on sales. The application of risk management plays a crucial role in helping Tegal souvenir shops cope with seasonal sales declines.*

**Keywords:** risk management, seasonal sales decline, Tegal souvenir shops.

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi penerapan manajemen risiko dalam mengatasi penurunan penjualan yang terjadi secara musiman pada toko oleh-oleh khas Tegal. Bagaimana cara manajemen risiko bisa berkontribusi dalam mempertahankan stabilitas usaha di saat penjualan menurun musiman? Sebelumnya, penelitian tentang penerapan manajemen risiko di UKM oleh-oleh lokal dalam konteks pariwisata kurang mendapat perhatian. Studi ini memberikan kontribusi dengan mengkaji langkah-langkah praktis untuk meminimalkan risiko penjualan yang turun melalui peningkatan kualitas layanan, konsistensi produk, serta penerapan strategi promosi yang sederhana tetapi efektif. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data primer melalui wawancara dan observasi langsung terhadap pemilik, karyawan, serta pelanggan Toko Oleh-Oleh Khas Tegal. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan yang berkualitas, konsistensi produk, dan kepercayaan dari pelanggan merupakan kunci dalam mempertahankan kelangsungan usaha di saat musim sepih. Sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan penjualan langsung dan promosi dari mulut ke mulut, namun pemanfaatan media sosial secara sederhana mulai menunjukkan pengaruh positif terhadap penjualan. Penerapan manajemen risiko memiliki peran penting dalam membantu toko oleh-oleh khas Tegal dalam menghadapi penurunan penjualan yang bersifat musiman.

**Kata kunci:** manajemen risiko, penurunan penjualan musiman, toko oleh-oleh Tegal.

## PENDAHULUAN

Perkembangan UMKM di Indonesia saat ini memberikan dampak yang positif bagi perekonomian dikarenakan hadirnya beraneka macam UMKM baik itu di bidang kuliner, fashion, dan lain lain, yang dimana Usaha Mikro Kecil Menengah merupakan salah satu sumber penghasilan di Indonesia yang sangat berpotensi untuk memajukan bangsa menuju Indonesia Emas. Mengetahui salah satu sumber penghasilan bangsa yaitu berasal dari UMKM, dapat menambah wawasan dan pengetahuan untuk membangun usaha dan memahami bahwa UMKM berpotensi untuk memajukan perekonomian bangsa. (Tamsir et al., 2024). Saat ini penerapan sistem teknologi semakin berkembang dan mulai merambah ke berbagai sektor (Inna et al., 2024)

Manajemen Risiko Menurut COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission) sebuah proses yang dilakukan oleh dewan direksi manajemen dan personil lainnya. Diterapkan dalam penetapan strategi dan di seluruh Perusahaan yang dirancang untuk mengidentifikasi kejadian potensial yang dapat mempengaruhi entitas dan mengelola risiko untuk memberikan keyakinan memadai tentang pencapaian tujuan entitas. (Zakaria, 2024)

Setiap usaha ritel, termasuk toko oleh-oleh memiliki karakteristik penjualan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal seperti perkembangan pariwisata kondisi ekonomi dan perubahan perilaku konsumen. Toko oleh-oleh khas Tegal sebagai bagian dari usaha kecil dan menengah (UKM) yang sangat tergantung pada sektor pariwisata. Sering kali terhambat oleh tantangan penurunan penjualan musiman terutama di luar masa liburan atau musim kunjungan wisata. Keadaan ini menciptakan risiko bagi keberlangsungan bisnis serta kemampuan toko dalam menjaga operasional dan persediaan barang.

Setiap wilayah perlu memiliki citra kota dan merek kota untuk bersaing dalam menarik lebih banyak wisatawan sekaligus meningkatkan ekonomi lokal berkat efek berganda dari pertumbuhan pariwisata di area tersebut. Mengingat kompleksitas tantangan yang dihadapi perusahaan diperlukan perencanaan menyeluruh yang dapat dijadikan pedoman bagi segmen perusahaan dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya (Kurniawan et al., 2025),.

Menanggapi ketidakpastian dalam penjualan tersebut, penerapan manajemen risiko menjadi langkah strategis untuk menemukan, menganalisis dan mengatasi potensi kerugian yang mungkin muncul. Dengan pendekatan manajemen risiko, para pengusaha dapat menciptakan strategi yang lebih responsif, seperti melakukan promosi inovatif di luar musim ramai atau meningkatkan efisiensi dalam biaya operasional. Penerapan manajemen risiko ini tidak hanya membantu toko oleh-oleh untuk bertahan saat pengunjung sepi tetapi juga memperkuat daya tahan usaha dalam jangka panjang.

Suatu perusahaan yang telah membentuk komite manajemen risiko merupakan strategi perusahaan yang dapat digunakan untuk meningkatkan nilai tambah bagi perusahaan. Namun, dalam UMKM ini sebagai pelaku usaha harus bisa memegang berbagai macam bidang agar dapat memperkecil biaya yang keluar (Fikriyyah & Suparjiman, 2024). Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produk di pasar sasaran tertentu. Setiap pesaing pastinya sudah memiliki strategi tersendiri untuk tetap unggul dari pesaingnya. Dipandang dari luasnya permasalahan yang ada dalam Perusahaan. Maka diperlukan adanya perencanaan yang menyeluruh untuk dijadikan pedoman bagi segmen perusahaan dalam menjalankan kegiatannya (Makmur Kambolong et al., 2024).

Toko oleh-oleh Khas Tegal yang dikenal dengan produk-produk unik seperti kacang bogares, opak, latopia, dan kerupuk antor, memiliki peluang besar dalam sektor oleh-oleh lokal. Namun, tanpa manajemen

risiko yang efektif, penurunan penjualan musiman dapat menghambat pertumbuhan ekonomi setempat dan mengurangi daya saing produk lokal. Oleh karena itu, penelitian ini sangat penting untuk dilakukan agar dapat memahami bagaimana penerapan manajemen risiko dapat membantu toko souvenir khas Tegal dalam menjaga stabilitas usaha dan menghadapi masa penurunan penjualan dengan lebih efisien.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran tentang kejadian yang terjadi selama waktu penelitian serta menginvestigasi alasan di balik suatu fenomena tertentu.

Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari hasil wawancara yang dilakukan dengan informasi mengenai isu yang diteliti. Dalam kajian ini, sumber data primer diperoleh secara langsung melalui observasi dan wawancara dengan pemilik toko, pegawai, serta pelanggan Toko Oleh-Oleh Khas Tegal. Pemilihan sampel diperoleh 2 Toko Oleh-Oleh Khas Tegal di Desa Ujungrusi.

Kompetitor dari produk UMKM makanan oleh-oleh khas Tegal adalah oleh-oleh makanan dari daerah lain yang dipasarkan di Kota Tegal, seperti oleh-oleh khas dari Magelang dan Bandung. Oleh-oleh makanan khas Tegal menawarkan berbagai macam produk, termasuk olahan berbahan aci, kacang, singkong, dan masih banyak lainnya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Identifikasi Risiko Toko oleh-oleh khas Tegal**

Identifikasi risiko adalah langkah pertama dalam manajemen risiko, yang bertujuan untuk mengetahui serta menggambarkan berbagai ancaman yang mungkin memengaruhi kelangsungan usaha Toko oleh-oleh khas Tegal.

#### **1. Risiko Pasar:**

- a. Persaingan yang Sengit Banyaknya toko oleh-oleh yang menawarkan produk serupa memberikan banyak pilihan bagi konsumen. Persaingan semakin ketat karena perkembangan teknologi dan pemasaran online yang mempermudah kehadiran pesaing baru.
- b. Perubahan Tren dan Preferensi Konsumen yang mendorong pembeli untuk mencari produk baru yang sedang populer. Oleh karena itu, toko harus senantiasa berinovasi dan mengikuti perkembangan tren agar produknya tetap menarik bagi pelanggan.

#### **2. Risiko Keuangan**

- a. Kenaikan harga bahan baku, seperti aci atau minyak, dapat meningkatkan biaya produksi serta pengadaan yang berdampak pada lonjakan harga jual. Pemilik toko oleh-oleh khas Tegal harus menghadapi risiko inflasi yang mungkin memaksa penyesuaian harga jual tanpa kehilangan pelanggan.
- b. Risiko keterlambatan pembayaran dari pelanggan atau piutang yang tidak terbayar dapat menyebabkan gangguan pada kondisi keuangan toko dan menghambat pengelolaan modal kerja. Biasanya, reseller mengambil barang dengan sistem keluar masuk, yang berarti mereka meninggalkan piutang kepada toko dan membayar saat mengambil barang kembali, yang seharusnya sudah dilunasi.



- c. Risiko terkait layanan, seperti kurangnya perangkat untuk pembayaran elektronik (misalnya EDC), dapat menghalangi transaksi yang efisien. Banyak pelanggan yang lebih memilih untuk membayar secara non tunai. Mesin EDC membantu toko oleh-oleh khas Tegal atau usaha lainnya dalam memproses transaksi elektronik dengan cepat dan aman tanpa perlu uang tunai.

### 3. Risiko Lingkungan

- a. Risiko terkait lahan parkir bagi pelanggan toko oleh-oleh khas Tegal. Keterbatasan area dan bangunan menyulitkan pelanggan untuk memarkir kendaraan saat mengunjungi toko. Salah satu alasan pelanggan enggan berkunjung adalah kesulitan dalam mencari tempat parkir, terutama saat menjelang Lebaran.

### 4. Risiko Operasional

- a. Kelebihan stok saat sepi. Jika terlalu banyak persediaan, modal akan terikat dan barang berisiko mengalami kerusakan. Jika toko tetap menyimpan stok besar meskipun dalam keadaan sepi, risiko kelebihan persediaan akan meningkat. Barang yang tersimpan terlalu lama akan mengalami penurunan kualitas dan berpotensi rusak, sehingga modal terperangkap dalam persediaan.
- b. Produk makanan khas Tegal, seperti latopia, antor, kacang bogares, pilus, dan variasi lainnya memiliki masa simpan yang terbatas. Risiko yang mungkin timbul adalah produk bisa cepat basi jika penyimpanannya tidak tepat, terkena sinar matahari, atau kemasan tidak memenuhi standar.
- c. Pada saat musim liburan atau momen mudik, jumlah pengunjung naik secara signifikan. Jika toko tidak menyediakan tambahan stok, hal ini tidak hanya mengurangi penjualan tetapi juga menurunkan kepuasan pelanggan karena oleh-oleh yang mereka inginkan tidak tersedia.

Dengan mengenali risiko-risiko ini, Toko oleh-oleh khas Tegal dapat mengambil langkah untuk memitigasi dan mengelola risiko tersebut, sehingga dapat meningkatkan kesuksesan usaha.

## **Evaluasi dan Pengukuran Risiko Toko Oleh-oleh khas tegal**

### 1. Risiko tinggi

- a. Persaingan Ketat dengan Toko Oleh-Oleh Lain. Jika toko tidak memiliki strategi pemasaran yang kuat, tampilan menarik, atau keunikan produk, maka pelanggan cenderung memilih toko lain. Persaingan ini dapat menyebabkan penurunan penjualan secara signifikan terutama pada hari biasa, di luar musim liburan, atau ketika toko baru bermunculan.
- b. Kerusakan dan Penurunan Kualitas Produk Makanan. Apabila penyimpanan kurang baik misalnya ruangan terlalu panas, tidak memenuhi standar kebersihan, atau pengemasan kurang kedap maka produk dapat cepat basi, melempem, berjamur, atau rusak sebelum terjual. Kondisi ini tidak hanya menimbulkan kerugian finansial karena barang tidak bisa dijual, tetapi juga berpotensi merusak reputasi toko apabila pelanggan menerima produk dengan kualitas buruk.

### 2. Risiko Sedang

- a. Pelayanan yang Tidak Konsisten Saat Ramai Pengunjung. Pada hari libur, musim mudik, atau akhir pekan, toko oleh-oleh biasanya sangat ramai. Karyawan yang kurang terlatih atau jumlah kasir yang tidak mencukupi dapat menyebabkan pelayanan lambat, antrian panjang, atau kesalahan dalam transaksi. Meskipun dampaknya dapat mengurangi kenyamanan pelanggan dan memengaruhi tingkat kepuasan, risiko ini masih bisa dikendalikan dengan manajemen SDM yang baik seperti pelatihan. Oleh sebab itu, risiko ini tergolong risiko sedang.
- b. Kenaikan Harga dari Supplier. Produk oleh-oleh seperti makanan ringan, atau makanan basah

bergantung pada harga bahan baku seperti tepung dan minyak. Perubahan harga dari supplier dapat meningkatkan biaya produksi dan menurunkan margin keuntungan. Namun karena toko masih bisa menyesuaikan harga jual secara bertahap atau mencari alternatif supplier.

### 3. Risiko Rendah

- a. Gangguan Peralatan Kasir atau Mesin EDC. Kerusakan kecil pada peralatan kasir, atau mesin EDC biasanya tidak sering terjadi dan dapat diatasi dengan alternatif seperti mencatat transaksi secara manual atau meminta pelanggan menggunakan metode pembayaran lain. Namun memperbaikinya relatif mudah.
- b. Perubahan Tren Produk atau Selera Konsumen. Dalam jangka panjang, beberapa produk mungkin menjadi kurang diminati atau muncul tren oleh-oleh baru. Namun perubahan ini terjadi secara perlahan sehingga toko masih memiliki waktu untuk menyesuaikan diri dengan tren pasar.

Melalui proses evaluasi dan pengukuran ini, pengembang dapat menentukan fokus penanganan risiko berdasarkan urgensinya terhadap keberlangsungan Toko Oleh-oleh khas Tegal.

## **Pengelolaan Risiko Toko Oleh-oleh khas Tegal**

### 1. Strategi Penyesuaian Risiko Pasar

- a. Diversifikasi Produk  
Menjual berbagai jenis oleh-oleh khas Tegal (kacang bogares, antor, latopia, pilua, dll) untuk menjangkau lebih banyak pelanggan.
- b. Analisis Tren Konsumen  
Melakukan observasi rutin terhadap produk yang paling diminati dan tren. Menyesuaikan stok sesuai preferensi pelanggan.
- c. Penguatan Branding dan Promosi  
Menggunakan media sosial (Instagram dan TikTok) untuk meningkatkan eksposur.
- d. Kerja Sama dengan Pelaku Wisata  
Berkmitra dengan travel agent, sopir travel, atau tempat wisata untuk promosi dan paket bundling.

### 2. Strategi Pengurangan Risiko Keuangan

- a. Pengelolaan Utang dan Piutang yang Baik  
Menghindari utang terlalu besar kepada pemasok dan memastikan piutang ditagih dengan disiplin.
- b. Pemilihan Pemasok dengan Harga Stabil  
Bekerja dengan pemasok yang memiliki harga relatif konsisten untuk menjaga kestabilan margin

### 3. Strategi Penanganan Risiko Lingkungan

- a. Pengendalian Suhu Penyimpanan  
Menggunakan rak tertutup, pendingin, atau freezer untuk produk yang sensitif terhadap suhu.
- b. Pemilihan Lokasi/Lingkungan yang Nyaman  
Menjaga kebersihan area sekitar toko untuk kenyamanan pelanggan. Dan menyediakan lahan parkir yang luas.

### 4. Strategi Pengendalian Risiko Operasional

- a. Penerapan SOP yang Jelas  
SOP untuk kasir, penataan produk, pengecekan stok, penanganan komplain, dan keamanan toko.
- b. Pelatihan Rutin Karyawan  
Pelatihan tentang pelayanan pelanggan, kebersihan, pengoperasian alat, dan prosedur transaksi.

c. Pengawasan & Sistem Keamanan

Pemasangan CCTV, pengawasan rak produk, serta pencatatan stok harian untuk mencegah kehilangan barang.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan manajemen risiko berperan penting dalam menjaga keberlangsungan usaha toko oleh-oleh khas Tegal saat menghadapi penurunan penjualan musiman. Melalui identifikasi dan analisis risiko, pelaku usaha dapat mengambil langkah antisipatif seperti meningkatkan kualitas pelayanan, menjaga mutu produk, serta menerapkan strategi promosi sederhana namun efektif, terutama melalui media sosial dan hubungan pelanggan.

Meskipun sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan penjualan langsung dan belum optimal memanfaatkan teknologi digital, hasil penelitian menegaskan perlunya pelatihan serta pendampingan dalam pemasaran berbasis teknologi informasi agar daya saing dapat meningkat. Dukungan pemerintah daerah juga sangat diperlukan dalam memperluas akses pasar, baik melalui platform e-commerce maupun ritel modern. Dengan penerapan manajemen risiko yang baik, toko oleh-oleh khas Tegal dapat meningkatkan ketahanan usaha serta menjaga stabilitas penjualan di tengah fluktuasi musiman.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fikriyyah, S. N., & Suparjiman, S. (2024). Analisis Manajemen Risiko pada UMKM Grosir dan Eceran Toko KANNA.ID. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 1681–1693. <https://doi.org/10.62710/3aasj227>
- Inna, M., Hasrianti, Widya Waty Dwi, Kurniati Hamid, Herawati Rustan, Husna Mardiyah, Irmayanti Muchtar, & Trian Fisman Adisaputra. (2024). Analisis Manajemen Risiko Pada Umkm Usaha Parembai Industri Kota Pinrang. *Moneta: Jurnal Manajemen & Keuangan Syariah*, 2(2), 42–53. <https://doi.org/10.35905/moneta.v2i2.9402>
- Makmur Kambolong, Munawir Makmur, Candra Puspita Ningtyas, & Luh Suwarningsih. (2024). STRATEGI BISNIS OLEH-OLEH KHAS KENDARI DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING DI KOTA KENDARI. *Journal Publicuho*, 6(4), 1611–1625. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v6i4.338>
- Tamsir, T., Mashud, M., Rahman, F. F., Anwar, I., & Fadillah, A. N. (2024). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Oleh-Oleh Khas Makassar. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 949–956. <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13849>
- Zakaria, F. (2024). Analisis Manajemen Risiko pada UMKM Toko Emas Kurnia. <https://doi.org/10.62710/5cz0s835>