

## MODUL MATERI 10

---

### MANAJEMEN RISIKO BISNIS UMKM

Setelah menyelesaikan modul ini, peserta diharapkan dapat memahami:

1. Etika Bisnis dan Manajemen Resiko Etika;
2. Pengertian dan Jenis-jenis Risiko;
3. Risiko Bisnis UMKM;
4. Manajemen Risiko Bisnis UMKM;
5. Pengelolaan bisnis UMKM.

#### 10.1. Etika dan Etika Bisnis

Etika dapat didefinisikan sebagai nilai-nilai dan norma-norma yang menjadi pegangan bagi seseorang atau suatu kelompok dalam mengatur tingkah lakunya (Bertens, 2001). Pengertian tersebut mengisyaratkan bahwa etika memiliki peranan penting dalam melegitimasi segala perbuatan dan tindakan yang dilihat dari sudut pandang moralitas yang telah disepakati oleh masyarakat.

Beberapa prinsip etis dalam bisnis telah dikemukakan oleh Robert C. Solomon dan (1993) dalam Bertens (2000), yang memfokuskan pada keutamaan pelaku bisnis individual dan keutamaan pelaku bisnis pada taraf perusahaan. Berikut dijelaskan keutamaan pelaku bisnis individual, yaitu:

##### 1. Kejujuran

Kejujuran secara umum diakui sebagai keutamaan pertama dan paling penting yang harus dimiliki pelaku bisnis. Orang yang memiliki keutamaan kejujuran tidak akan berbohong atau menipu dalam transaksi bisnis. Pepatah kuno *caveat emptor* yaitu hendaklah pembeli berhati-hati. Pepatah ini mengajak pembeli untuk bersikap kritis untuk menghindarkan diri dari pelaku bisnis yang tidak jujur.

Kejujuran memang menuntut adanya keterbukaan dan kebenaran, namun dalam dunia bisnis terdapat aspek-aspek tertentu yang tetap harus menjadi rahasia. Dalam hal ini perlu dicatat bahwa setiap informasi yang tidak benar belum tentu menyesatkan juga.

##### 2. Fairness

Fairness adalah kesediaan untuk memberikan apa yang wajar kepada semua orang dan dengan "wajar" yang dimaksudkan apa yang bisa disetujui oleh semua pihak yang terlibat dalam suatu transaksi.

### 3. Kepercayaan

Kepercayaan adalah keutamaan yang penting dalam konteks bisnis. Kepercayaan harus ditempatkan dalam relasi timbal-balik. Pebisnis yang memiliki keutamaan ini boleh mengandaikan bahwa mitranya memiliki keutamaan yang sama. Pebisnis yang memiliki kepercayaan bersedia untuk menerima mitranya sebagai orang yang bisa diandalkan. Catatan penting yang harus dipegang adalah tidak semua orang dapat diberi kepercayaan dan dalam memberikan kepercayaan kita harus bersikap kritis. Kadang kala juga kita harus selektif memilih mitra bisnis. Dalam setiap perusahaan hendaknya terdapat sistem pengawasan yang efektif bagi semua karyawan, tetapi bagaimanapun juga, bisnis tidak akan berjalan tanpa ada kepercayaan.

### 4. Keuletan

Keutamaan keempat adalah keuletan, yang berarti pebisnis harus bertahan dalam banyak situasi yang sulit. Ia harus sanggup mengadakan negosiasi yang terkadang seru tentang proyek atau transaksi yang bernilai besar. Ia juga harus berani mengambil risiko kecil ataupun besar, karena perkembangan banyak faktor tidak diramalkan sebelumnya. Ada kalanya ia juga tidak luput dari gejolak besar dalam usahanya. Keuletan dalam bisnis itu cukup dekat dengan keutamaan keberanian moral.

Selanjutnya, empat keutamaan yang dimiliki orang bisnis pada taraf perusahaan, yaitu:

### 5. Keramahan

Keramahan tidak merupakan taktik bergitu saja untuk memikat para pelanggan, tapi menyangkut inti kehidupan bisnis itu sendiri, karena keramahan itu hakiki untuk setiap hubungan antar-manusia. Bagaimanapun juga bisnis mempunyai segi melayani sesama manusia.

### 6. Loyalitas

Loyalitas berarti bahwa karyawan tidak bekerja semata-mata untuk mendapat gaji, tetapi juga mempunyai komitmen yang tulus dengan perusahaan. Ia adalah bagian dari perusahaan yang memiliki rasa ikut memiliki perusahaan tempat ia bekerja.

### 7. Kehormatan

Kehormatan adalah keutamaan yang membuat karyawan menjadi peka terhadap suka dan duka serta sukses dan kegagalan perusahaan. Nasib perusahaan dirasakan sebagai sebagian dari nasibnya sendiri. Ia merasa bangga bila kinerjanya bagus.

### 8. Rasa Malu

Rasa malu membuat karyawan solider dengan kesalahan perusahaan. Walaupun ia sendiri barang kali tidak salah, ia merasa malu karena perusahaannya salah.

## 10.2. Resiko Etika

Resiko Etika merupakan suatu kemungkinan dilanggarnya etika yang disebabkan oleh ketidak mampuan perusahaan atau institusi dalam memenuhi harapan stake holder. Untuk itu, agar suatu organisasi atau perusahaan tetap dapat bertahan hidup, perusahaan dan professional wajib menjalankan manajemen resiko etika.

Secara singkat, pengertian manajemen resiko etika adalah Tata kelola yang menjunjung kode etik sehingga dapat meminimalisasi ketidak mampuan perusahaan dalam memenuhi harapan Stake Holder.

Adapun ragam resiko etika dalam kaitannya dengan stake holder itu sendiri adalah:

<b>Harapan para stake holder yang tidak dapat dipenuhi</b>	<b>Resiko Etika</b>
Pemegang Saham (Share Holders) <ul style="list-style-type: none"> <li>- Adanya Perilaku Penggelapan dana dan asset</li> <li>- Adanya Konflik Kepentingan dengan para eksekutif perusahaan</li> <li>- Tingkatan performa perusahaan yang tidak sesuai dengan keinginan para pemegang saham</li> <li>- Keakuratan dan transparansi laporan keuangan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kejujuran dan integritas</li> <li>- Pertanggung jawaban yang dapat diprediksi</li> <li>- Kejujuran dan pertanggungjawaban</li> <li>- Kejujuran dan Integritas</li> </ul>
Karyawan <ul style="list-style-type: none"> <li>- Keamanan Kerja</li> <li>- Pembedaan</li> <li>- Mempekerjakan anak dibawah umur dan pemerasan tenaga buruh</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kewajaran</li> <li>- Keadilan</li> <li>- Keadilan dan perlakuan kasih sayang</li> </ul>
Pelanggan <ul style="list-style-type: none"> <li>- Keamanan Produk</li> <li>- Performa Perusahaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Keterbukaan</li> <li>- Kewajaran</li> </ul>
Lingkungan <ul style="list-style-type: none"> <li>- Terciptanya Polusi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Integritas dan Pertanggungjawaban</li> </ul>

( Brooks, The Ethic Expectation )

Dengan adanya resiko etika tersebut, maka manajemen perlu menerapkan pengelolaan atau manajemen yang berfokus pada pemenuhan kepentingan stake holder.

### 10.3. Manajemen Resiko Etika

Dalam menerapkan manajemen resiko etika, terdapat beberapa tahapan yang dapat dilakukan oleh para investigator perusahaan, yaitu dengan mengidentifikasi dan menilai resiko etika, Menerapkan strategi dan taktik dalam membina hubungan strategis dengan stake holder, serta melakukan Akuntabilitas Sosial dan Audit.

#### 1. Mengidentifikasi dan Menilai Resiko Etika

Identifikasi Penilaian resiko etika dibagi menjadi beberapa tahap:

##### a) *Melakukan penilaian dan identifikasi para stake holder perusahaan*

Dalam tahap ini, investigator manajemen membuat daftar mengenai siapa dan apa saja para stake holder yang berkepentingan beserta harapan mereka. Dengan mengetahui siapa saja para stake holder dan apa kepentingannya serta harapan mereka, maka manajemen dapat melakukan penilaian dalam pemenuhan harapan stake holder.

Setelah melengkapi tahapan ini semua, investigator hendaknya memiliki pemahaman mengenai bentuk kepentingan *stakeholder* mana saja yang sensitif dan penting, dan kenapa hal itu penting bagi stakeholder. Kemudian, investigator harus mengkonfirmasi penilaian mereka ini dengan berinteraksi dengan sebuah panel *stakeholder* representatif dan dengan sekelompok penting *stakeholder*.

Dengan demikian, maka akan menunjukkan adanya perhatian perusahaan terhadap kepentingan stake holder dan dapat membuka sebuah dialog yang dapat membangun rasa saling percaya, yang nantinya juga dapat membantu jika pada suatu hari nanti muncul masalah yang tidak menguntungkan.

##### b) Mempertimbangkan kemampuan aktivitas perusahaan dengan ekspektasi *stakeholder*, dan menilai risiko ketidak sanggupan dalam memenuhi ekspektasi stakeholder atau menilai adanya kemungkinan peluang untuk berprestasi lebih dari yang diharapkan.

Saat mempertimbangkan apakah ekspektasi telah terpenuhi, maka manajemen wajib membuat perbandingan di antara input, output, kualitas relevan dan variabel kinerja lainnya. Selain itu, perbandingan juga harus dibuat di antara akitivitas perusahaan dan ekspektasi *stakeholder* dengan menggunakan enam nilai *hypernorm*.

Nilai *hypernorm* ini adalah *kejujuran, keadilan, simpati, integritas, prediktabilitas, dan tanggung jawab*.

Jika aktivitas perusahaan menghargai nilai-nilai tersebut, maka terdapat kemungkinan bahwa aktivitas perusahaan juga akan menghargai ekspektasi para *stakeholder* utama perusahaan, domestik dan luar negeri, baik pada masa kini ataupun pada masa mendatang.

- c) Meninjau ulang perbandingan aktivitas dan ekspektasi perusahaan dari perspektif dampak reputasi perusahaan

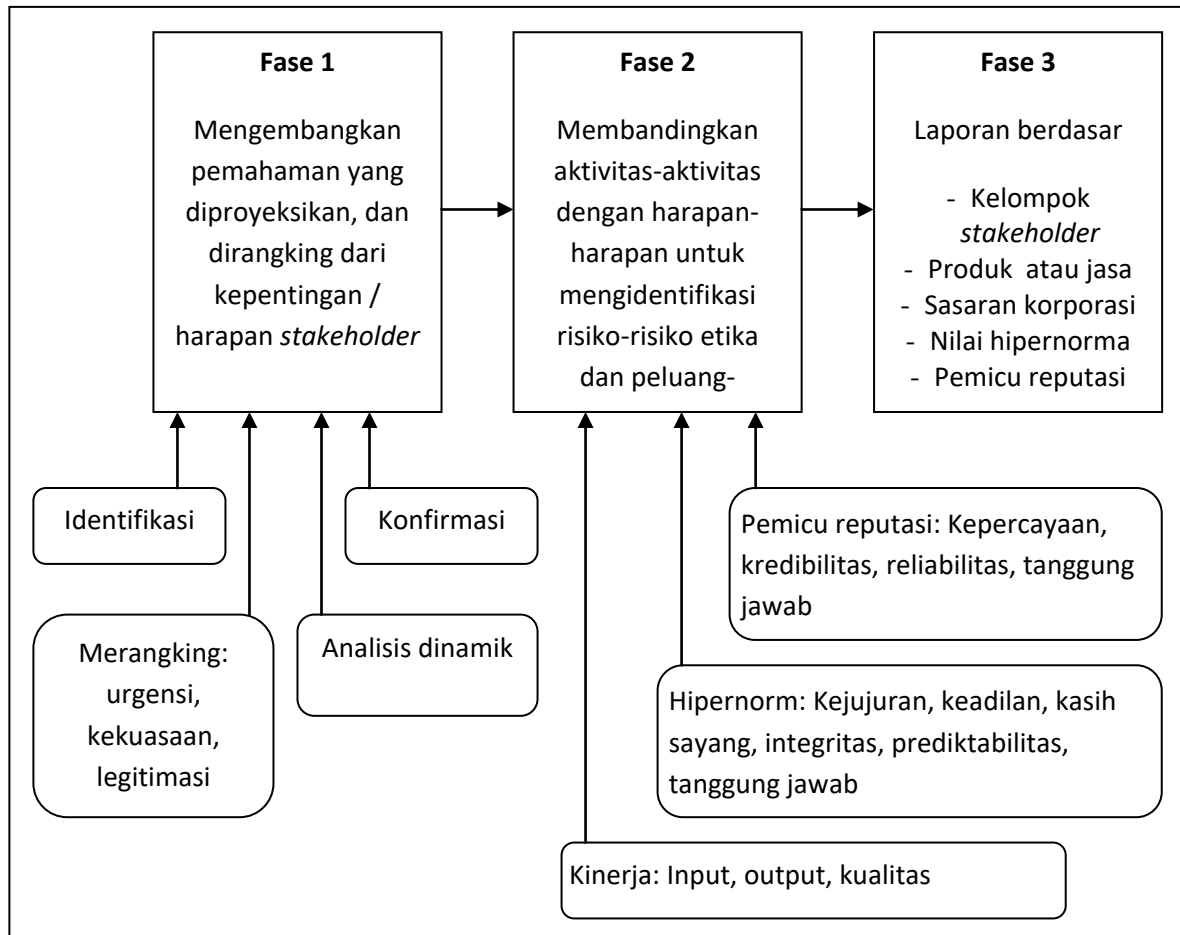
Menurut Charles Fombrun reputasi sendiri bergantung pada empat faktor, yaitu *kejujuran, kredibilitas, reliabilitas, dan tanggung jawab*. Faktor-faktor tersebut bisa menjadi kerangkakerja dalam melakukan perbandingan.

- d) Melakukan pelaporan

Setelah tahap ketiga selesai, maka manajemen dapat menyiapkan laporan kepada masing-masing stake holder. Laporan tersebut harus dibuat dengan mempertimbangkan kelompok stakeholder, produk atau jasa, tujuan perusahaan, nilai-nilai *hypernorm*, dan elemen-elemen penentu reputasi.

Empat tahapan ini akan menghasilkan data yang memungkinkan direktur dan eksekutif dapat mengawasi adanya peluang dan risiko etika, sehingga dapat ditemukan cara untuk menghindari dan mengatasi risiko tersebut, serta agar dapat secara strategis mengambil keuntungan dari kesempatan tersebut.

Secara singkat, dapat dijelaskan pada bagan berikut:



#### 10.4. Pengertian dan Jenis-jenis Risiko

Risiko merupakan kata yang sudah lazim didengar setiap hari. Biasanya berkonotasi negatif, sesuatu yang kurang disukai dan sebisa mungkin harus dihindari. Risiko itu sendiri muncul karena terjadinya ketidakpastian. Contoh, bila seseorang melakukan investasi logam mulia atau emas. Jika harga tengah naik, maka akan mendapatkan keuntungan, bila selisih harga saat itu lebih tinggi dibandingkan harga beli. Namun bila sedang turun dan kemudian berniat menjual, maka akan rugi. Karena harga saat itu lebih rendah dari harga saat beli. Ketidakpastian harga naik atau turun itulah yang menyebabkan munculnya risiko.

Pengertian risiko bermacam-macam. Risiko biasanya diartikan sebagai:

- Kejadian yang berpotensi merugikan;
- Peluang terjadinya sesuatu yang dapat berdampak pada pencapaian tujuan;
- Kemungkinan hasil yang diperoleh menyimpang dari yang diharapkan.

Risiko pula memiliki beragam jenis; mulai dari risiko bisnis, risiko kecelakaan, kebakaran, kerugian, fluktuasi kurs, dan perubahan tingkat bunga. Salah satu cara untuk mengelompokan risiko adalah dengan melihat tipe-tipe risiko, yaitu: risiko murni dan risiko spekulatif.

### 1. Risiko Murni

Risiko Murni yaitu risiko dimana hanya ada kemungkinan kerugian, seperti kecelakaan dan kebakaran. Berikut ini contoh risiko murni.

**Tabel 1. Risiko Murni**

<b>Tipe Risiko</b>	<b>Definisi</b>	<b>Ilustrasi</b>
Risiko Aset Fisik	Risiko yang terjadi karena adanya kejadian tertentu yang berakibat buruk (kerugian) pada aset fisik perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebakaran yang terjadi pada gudang nntau bangunan perusahaan.</li> <li>• Banjir yang mengakibatkan kerusakan pada bangunan dan peralatan.</li> </ul>
Risiko Karyawan	Risiko karena karyawan perusahaan mengalami peristiwa yang merugikan	Kecelakaan kerja, sehingga mengakibatkan karyawan cedera dan membuat kegiatan operasional perusahaan terganggu.
Risiko Legal	Risiko kontrak tidak sesuai yang diharapkan, dokumentasi yang tidak benar	Terjadi perselisihan, menyebabkan perusahaan lain menuntut ganti rugi.

## 2. Risiko Spekulatif

Risiko Spekulatif yaitu, dimana ada kemungkinan untung dan rugi. Contohnya, membuka warung kelontong. Pengelola pasti berharap mendapatkan untung, namun di dalam usaha tersebut juga berpotensi mendatangkan kerugian. Apalagi bila tidak dikelola dengan baik. Risiko spekulatif juga merupakan salah satu risiko bisnis. Berikut ini contoh risiko spekulatif.

**Tabel 2. Risiko Spekulatif**

<b>Tipe risiko</b>	<b>Definisi</b>	<b>Ilustrasi</b>
Risiko Pasar	Risiko yang terjadi dari pergerakan harga atau volatilitas harga pasar	Harga pasar produk perusahaan mengalami penurunan, menimbulkan kerugian perusahaan
Risiko Kredit	Risiko karena <i>counterparty</i> gagal memenuhi kewajibannya kepada perusahaan	Pelanggan tidak mampu membayar kewajibannya, atau piutang dagang tidak terbayar
Risiko Likuiditas	Risiko tidak dapat memenuhi kebutuhan kas, risiko tidak bisa menjual dengan cepat, karena tidaklikuid atau gangguan pasar	Perusahaan tidak memiliki kas yang memadai untuk membayar kewajiban (membayar utang). Perusahaan terpaksa menjual tanah dengan harga murah untuk memenuhi kebutuhan kas
Risiko Operasional	Risiko kegiatan operasional tidak berjalan lancar sehingga menimbulkan kerugian; kegagalan sistem; kesalahan manusia; pengendalian dan prosedur yang kurang	Prosedur pengawasan perusahaan tidak berjalan semestinya, sehingga terjadi pencurian barang perusahaan oleh karyawan

Sumber: Manajemen Risiko (Hanafi, 2009)



Selain dikelompokkan berdasarkan tipe, risiko perusahaan juga dikelompokkan menjadi; risiko keuangan dan risiko non-keuangan.

### **1. Risiko Keuangan**

Berdasarkan penyebab terjadinya risiko, risiko keuangan terdiri dari empat jenis risiko, yaitu:

#### **a) Risiko Pasar**

Risiko ini muncul akibat perubahan harga pasar aset yang diperdagangkan, seperti persediaan barang.

#### **b) Risiko Kredit**

Risiko kerugian keuangan akibat pelanggan gagal membayar utang.

#### **c) Risiko Operasional**

Risiko kerugian keuangan akibat kegagalan operasional, seperti kesalahan yang dilakukan karyawan dalam menghitung kebutuhan bahan baku.

#### **d) Risiko Reputasi**

Risiko kerugian keuangan akibat turunnya reputasi atau nama baik perusahaan, seperti menurunnya kualitas produk atau produk yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan.

### **2. Risiko non-Keuangan**

Risiko non-Keuangan ini dapat dilihat dari dua sudut pandang, yaitu:

#### **a) Perspektif Mikro**

Risiko yang timbul karena ketidakpastian yang terjadi pada internal perusahaan, seperti faktor manusia, proses, kejadian, sistem dan teknologi.

#### **b) Perspektif Makro**

Risiko yang timbul karena ketidakpastian yang datang dari eksternal, seperti kebijakan pemerintah, industri, lingkungan bisnis domestik, sosial dan lingkungan bisnis internasional.

Dengan demikian, secara umum risiko terdiri dari; risiko pasar, risiko kredit, risiko likuiditas, risiko operasional, dan risiko reputasi.

### 10.5. Risiko Bisnis UMKM

Dalam rangka memberikan pembiayaan kepada UMKM, bank perlu mempertimbangkan beberapa risiko bisnis UMKM, seperti:

1. Belum dimilikinya sistem administrasi keuangan dan manajemen yang baik karena belum dipisahkannya kepemilikan dan pengelolaan perusahaan, sehingga menyulitkan pihak bank untuk mengetahui informasi mengenai usaha mereka secara lengkap.
2. Sulitnya menyusun proposal dan membuat studi kelayakan untuk memperoleh pinjaman bank maupun modal ventura.
3. Kendala dalam menyusun perencanaan bisnis karena persaingan dalam merebut pasar semakin ketat.
4. Pelaku UMKM biasanya belum memiliki strategi pemasaran produknya.
5. Kendala dalam mengakses teknologi. Karena pasar dikuasai oleh perusahaan/kelompok bisnis tertentu.
6. Kurang memiliki kemampuan mengikuti selera konsumen yang cepat berubah.
7. Kualitas produk dan produktivitas masih rendah.
8. Keterbatasan dalam mendapatkan pasokan bahan baku.
9. Tenaga pengelola dan produksi kurang terampil.
10. Seringkali bisnis UMKM dikelola oleh keluarga dan biasanya *one man show*, artinya sangat tergantung kepada orang tertentu, sehingga keberlanjutan perusahaan tergantung pada figur bukan sistem.
11. Bisnis UMKM seringkali masih sederhana dalam mengelola keuangannya dan lemah dalam sistem pengendaliannya, sehingga rawan terhadap penyelewengan.
12. Pelaku UMKM kesulitan dalam menyediakan agunan yang dibutuhkan bank.
13. Pelaku UMKM belum mendaftarkan usahanya sebagai badan usaha resmi.

Meskipun demikian, bagi bank yang berminat memberikan kredit atau pembiayaan kepada bisnis UMKM, akan memperoleh keuntungan karena:

1. Dari sisi risiko kemacetan pinjaman, tingkat kemacetannya relatif kecil, dikarenakan pelaku UMKM memiliki tingkat kepatuhan yang relatif tinggi dibandingkan dengan usaha besar.
2. Pemberian kredit kepada nasabah UMKM merupakan strategi penyebaran risiko, karena biasanya nominal kredit yang diberikan relatif lebih kecil dengan jumlah nasabah yang banyak sehingga pemberian kredit tidak terkonsentrasi pada satu kelompok atau sektor usaha saja.
3. Suku bunga kredit yang cenderung lebih tinggi dari tingkat bunga pasar memungkinkan bank-bank memperoleh pendapatan bunga yang memadai.

## 10.6. Manajemen Risiko Bisnis UMKM

Manajemen risiko adalah metode yang logis dan sistematis untuk mengidentifikasi, menganalisis, menilai, memperlakukan, memantau dan mengkomunikasikan risiko yang melekat pada setiap aktifitas, fungsi atau proses dengan cara yang memungkinkan perusahaan meminimumkan kerugian dan memaksimalkan peluang. Manajemen risiko pada dasarnya dilakukan melalui proses-proses sebagai berikut;

- a. Identifikasi risiko;
- b. Evaluasi dan pengukuran risiko, dan;
- c. Pengelolaan risiko.

### a. Identifikasi risiko

Identifikasi risiko atau temu kenali risiko dilakukan untuk mengidentifikasi risiko-risiko apa saja yang dihadapi oleh perusahaan, seperti mengidentifikasi kebakaran yang terjadi pada bengkel. Caranya adalah, dengan melakukan penelusuran terhadap sebab-sebab yang berpotensi menimbulkan risiko sampai terjadinya peristiwa tersebut. Sebagai contoh, apakah bangunan bengkel terbuat dari bahan yang mudah terbakar atau tidak.

### b. Evaluasi dan pengukuran risiko

Tujuan evaluasi risiko adalah untuk memahami karakteristik risiko dengan lebih baik, sehingga memudahkan melakukan pengendalian terhadap risiko. Untuk mengukur risiko dapat digunakan pendekatan dengan memperkirakan kemungkinan (probabilitas) risiko dan tingkat konsekuensi risiko.

#### a. Probabilitas risiko

Probabilitas risiko melihat kemungkinan terjadinya risiko atau suatu kejadian terburuk terjadi. Contohnya, risiko kebakaran pada bengkel dinilai dengan probabilitas 60%. Oleh karena dianggap angka probabilitas ini tinggi, maka risiko kebakaran perlu diberi perhatian lebih.

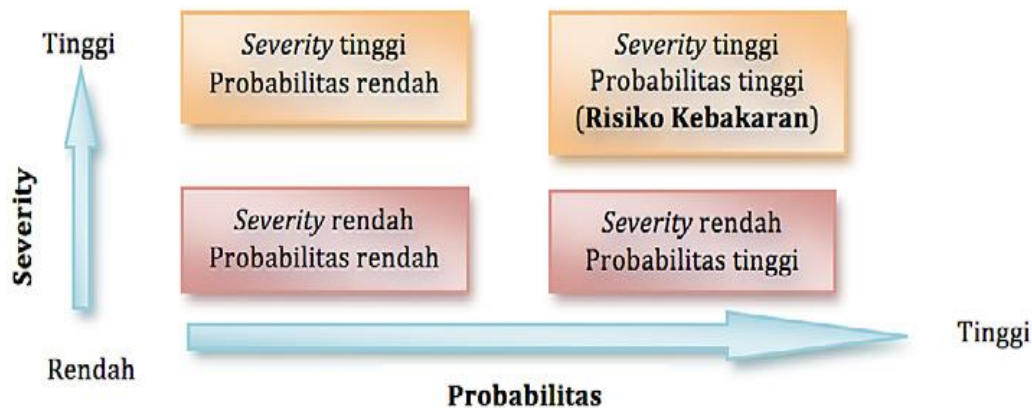
#### b. Tingkat keseriusan konsekuensi risiko (*severity*)

Selain probabilitas, risiko juga diukur dengan melihat tingkat konsekuensi risiko (*severity*) tersebut atau besarnya kerugian yang timbul akibat risiko.

Contohnya, dengan angka probabilitas yang tinggi, jika terjadi kebakaran angka kerugian yang diakibatkan akan besar juga, maka risiko kebakaran akan ditempatkan di kuadran probabilitas tinggi dan *severity* tinggi.

Dengan demikian langkah yang lebih efektif bisa dilakukan untuk memitigasi risiko kebakaran yang terjadi.

**Gambar 1. Pengukuran Risiko**



### c. Pengelolaan risiko

Risiko harus dikelola dengan berbagai cara seperti:

a. Penghindaran (*avoid*)

Penghindaran risiko merupakan cara paling mudah dan aman untuk mengelola risiko.

b. Ditahan (*retain*)

Dalam beberapa situasi akan lebih baik jika risiko dihadapi atau ditanggung sendiri.

c. Diversifikasi

Diversifikasi berarti menyebar eksposur risiko, sehingga risiko tidak terkonsentrasi pada satu atau dua eksposur saja.

d. Ditransfer ke pihak lain

Apabila perusahaan tidak ingin menanggung risiko sendiri, maka risiko tersebut dapat ditransfer ke pihak lain yang lebih mampu menghadapi risiko tersebut, seperti perusahaan asuransi atau penjaminan.

Erat kaitannya dengan manajemen risiko adalah pengendalian risiko (*risk control*) dan pendanaan risiko (*risk financing*). Pengendalian risiko pada dasarnya dilakukan untuk mencegah atau menurunkan probabilitas terjadinya risiko, atau kejadian yang tidak diinginkan perusahaan.

Sebagai contoh, untuk mencegah kebakaran, perusahaan dapat memasang alarm asap di beberapa titik pada bangunan tempat usahanya.

Alarm tersebut merupakan salah satu cara mengendalikan risiko kebakaran. Sementara pendanaan risiko bermakna bagaimana mendanai kerugian yang terjadi jika suatu risiko muncul. Sebagai contoh, untuk mendanai kerugian akibat kebakaran, pendanaan dapat bersumber dari asuransi atau menggunakan dana cadangan.

### **10.7. Pengelolaan Bisnis UMKM**

Secara makro, bisnis UMKM perlu dikembangkan karena pertumbuhan ekonomi memerlukan dukungan investasi. Pada kondisi keterbatasan investasi, maka investasi perlu diarahkan pada upaya mengembangkan wirausaha baru, yang banyak muncul di tingkat UMKM. Bisnis UMKM juga mampu menyerap tenaga kerja yang sangat besar, lebih dari 90%. Dengan meningkatnya PDB usaha mikro dan kecil diharapkan sekaligus dapat menumbuhkan pendapatan per kapita kelompok masyarakat rendah sehingga dapat menekan kemiskinan.

UMKM umumnya berbasis pada sumberdaya ekonomi lokal dan tidak bergantung pada impor, serta hasilnya mampu diekspor. Dengan demikian, pengembangan UMKM diharapkan akan meningkatkan stabilitas ekonomi makro, karena menggunakan bahan baku lokal dan memiliki potensi ekspor, sehingga akan membantu menstabilkan kurs rupiah dan tingkat inflasi.

Pembangunan UMKM akan menggerakkan sektor riil, karena UMKM umumnya memiliki keterkaitan industri yang cukup tinggi. Karena keunikannya, maka pembangunan UMKM diyakini akan memperkuat fondasi perekonomian nasional.

Indonesia akan memiliki fundamental yang kuat jika UMKM telah menjadi pelaku utama yang produktif dan berdaya saing dalam perekonomian nasional. Untuk itu, pembangunan koperasi dan UMKM perlu menjadi prioritas utama pembangunan ekonomi nasional dalam jangka panjang.

Pengelolaan bisnis merupakan proses pengelolaan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan, biasanya meliputi kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengambilan tindakan dan pengawasan.

Selanjutnya, objek yang dikelola adalah sebagai berikut:

1. Pasar dan pemasaran. Perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.
2. Produksi. Menghasilkan produk yang bagus, yang lebih mudah dan murah.
3. Sumber Daya Manusia. Setiap orang yang terkait (internal maupun eksternal) dapat memberikan manfaat kepada organisasi.
4. Keuangan. Perusahaan mengetahui keuntungannya atau kerugiannya, dan kekayaannya.
5. Kreativitas. Berfikir sesuatu yang baru (*thinking new things*).
6. Inovasi. Dengan melakukan sesuatu yang baru (*doing new things*).
7. Memobilisasi sumber-sumber daya dan mendinamisasi proses, sehingga menjadi lebih efisien, lebih efektif, lebih produktif dan lebih menguntungkan, serta lebih memberikan keberhasilan usaha.

Dalam upaya mengelola bisnis UMKM agar bisnis ini dapat dikembangkan dengan baik, maka faktor-faktor yang harus menjadi perhatian dan terus didorong agar mampu mendukung pengembangan bisnis UMKM secara maksimal adalah sebagai berikut:

1. Sarana dan prasarana, meliputi akses jalan raya, listrik, air, telekomunikasi yang merupakan faktor penting untuk mendukung kelancaran usaha.
2. Fasilitas fisik, meliputi lahan dan bangunan usaha sangat diperlukan oleh sebagian besar bisnis UMKM untuk meningkatkan kegiatan usaha mereka.
3. Fasilitas pendanaan, dengan tingkat bunga murah juga sangat diperlukan untuk mendukung kegiatan usaha UMKM. Kemudahan kredit dalam plafon, tingkat bunga, jangka waktu, dan proses pengajuan sangat diharapkan oleh pelaku usaha UMKM.
4. Tenaga kerja. Dalam tenaga kerja, pelaku bisnis UMKM menghadapi beberapa kendala seperti:
5. Rendahnya pengetahuan dan keterampilan.
6. Rendahnya motivasi.
7. Kurang disiplin dan rendahnya produktifitas.
8. Tenaga kerja belum dibayar memadai.
9. Pemanfaatan teknologi informasi dan internet.
10. Inovasi, khususnya inovasi dalam bentuk teknologi yang disertai dengan peningkatan keahlian tenaga kerja.

11. Pengadaan bahan baku. Permasalahan terkait dengan pengadaan bahan baku seperti: tidak tersedianya uang tunai dan kekurangan modal; keterlambatan pasokan; seringkali dipengaruhi oleh cuaca; harganya mahal dan tidak stabil.
12. Peralatan produksi. Para pelaku bisnis UMKM membutuhkan peralatan produksi yang memenuhi persyaratan berikut: murah, praktis, suku cadang mudah didapat, tahan lama, dan dengan teknologi terkini.

Dengan demikian, untuk dapat mengembangkan kegiatan usaha bisnis UMKM, maka perlu dilakukan upaya seperti:

1. Kemudahan akses permodalan.
2. Bantuan pembangunan prasarana.
3. Pengembangan skala usaha.
4. Pengembangan jaringan usaha, pemasaran dan kemitraan.
5. Pengembangan sumber daya manusia.
6. Mewujudkan iklim bisnis yang lebih kondusif.

### **10.8. Rangkuman**

Bab ini telah mengulas tentang pengertian dan jenis-jenis risiko, risiko bisnis UMKM, manajemen risiko bisnis UMKM dan pengelolaan bisnis UMKM. Pada bagian pengertian dan jenis-jenis kredit, dibahas pengertian risiko dan pengelompokan risiko dilihat dari beberapa cara. Secara umum jenis risiko yang pada umumnya dihadapi oleh berbagai perusahaan antara lain adalah risiko pasar, risiko kredit, risiko likuiditas, risiko operasional dan risiko reputasi.

Pada bagian risiko UMKM dibahas tentang risiko-risiko yang perlu dipertimbangkan oleh bank, ketika bank hendak memberikan pembiayaan kepada UMKM. Pada bab ini juga dibahas beberapa keuntungan yang akan diperoleh bank apabila memberikan kredit kepada UMKM.

Pada bagian manajemen risiko bisnis UMKM, dibahas proses manajemen risiko, yaitu identifikasi risiko, evaluasi dan pengukuran risiko serta pengelolaan risiko. Identifikasi risiko atau temu kenali risiko mengidentifikasi risiko-risiko apa saja yang dihadapi oleh perusahaan. Dalam pengukuran risiko, dipertimbangkan tentang probabilitas atau kemungkinan terjadinya risiko dan tingkat keseriusan konsekuensi risiko. Sedangkan dalam pengelolaan risiko dibahas beberapa alternatif pengelolaan yang bisa dipilih seperti penghindaran, ditahan, diversifikasi, ditransfer ke pihak lain.

- Pada bagian pengelolaan bisnis UMKM, dibahas kegiatan yang dilakukan mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengambilan tindakan dan pengawasan. Sedangkan objek yang harus dikelola meliputi pasar dan pemasaran, produksi, SDM, kreativitas, dan inovasi.