



PENERAPAN MANAJEMEN RISIKO TERHADAP PERSAINGAN INDUSTRI CAFE DALAM UPAYA MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA CAFE MAHONI

Asrika Winana Farida Ayu

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Rizka Asrina

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Shopi Regina

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Bahzatun Nur Harahap

Nama Institusi Penulis Ketiga

Arsyadona

Nama Institusi Penulis Ketiga

Alamat: Jln. Williem Iskandar Ps. V, Medan Estate, Kec.Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20371

Korespondensi penulis: asrikawinanafa12@gmail.com

Abstrak. *The rapid growth of the café industry in urban areas has intensified competition, requiring each cafe to retain customer loyalty through effective business strategies. Cafe Mahoni, located in a strategic area, faces external challenges such as environmental noise and intense competition, as well as internal challenges related to managerial oversight and limited facilities. This study aims to analyze the application of risk management at Cafe Mahoni to maintain customer loyalty. Using Primary Data Analysis (PDA) methods through interviews, surveys, and observations, this research identifies risk factors and their handling strategies. The results show that facility rejuvenation, increased supervision frequency, and the implementation of service and product quality assurance standards play a vital role in maintaining customer satisfaction and loyalty, thereby enhancing Cafe Mahoni's competitiveness in the café industry.*

Keywords: *Cafe Industry; Customer Loyalty; Risk Management*

Abstrak. Pertumbuhan industri cafe yang pesat di kawasan perkotaan meningkatkan persaingan, menuntut setiap kafe untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dengan strategi bisnis yang tepat. Cafe Mahoni, yang berlokasi di area strategis, menghadapi tantangan eksternal berupa kebisingan lingkungan dan persaingan ketat, serta tantangan internal terkait pengawasan manajerial dan keterbatasan fasilitas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan manajemen risiko di Cafe Mahoni dalam rangka mempertahankan loyalitas pelanggan. Menggunakan metode Analisis Data Primer (ADP) melalui wawancara, survei, dan observasi, penelitian ini mengidentifikasi faktor-faktor risiko dan strategi penanganannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peremajaan fasilitas, peningkatan frekuensi pengawasan, serta penerapan standar jaminan mutu layanan dan produk berperan penting dalam menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang sekaligus dapat meningkatkan daya saing Cafe Mahoni di tengah persaingan industri kafe.

Kata Kunci: *Industri Kafe; Loyalitas Pelanggan; Manajemen Risiko*

PENDAHULUAN

Industri kafe saat ini mengalami perkembangan yang pesat, terutama di kawasan perkotaan seperti di sekitar kampus UINSU Sutomo, Medan. Kafe tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk menikmati makanan dan minuman kekinian, tetapi juga sebagai ruang sosial untuk bersantai, berdiskusi, atau bahkan melakukan kegiatan formal seperti rapat. Fenomena ini menunjukkan adanya peluang besar bagi usaha kecil dan menengah (UMKM) di sektor kuliner. Namun, semakin banyaknya kafe yang bermunculan juga menciptakan persaingan yang semakin

ketat. Kondisi ini menuntut setiap kafe untuk mengelola strategi bisnis yang tepat guna mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan yang kompetitif.

Cafe Mahoni, salah satu kafe yang berada di lingkungan strategis dengan lalu lintas yang ramai, memiliki tantangan tersendiri dalam mempertahankan kenyamanan pelanggan. Walaupun lokasinya dekat dengan target pasar potensial seperti mahasiswa dan pekerja, kebisingan dari lalu lintas menjadi tantangan dalam menjaga suasana nyaman yang diinginkan pelanggan. Sebagai tempat yang sering digunakan untuk diskusi atau pertemuan, Cafe Mahoni perlum menyediakan fasilitas yang nyaman, desain yang menarik, dan suasana yang tenang guna meningkatkan loyalitas pelanggan (Sukarno & Nirawati, 2016). Selain faktor eksternal, Cafe Mahoni juga menghadapi tantangan internal terkait manajemen dan kompetensi staf. Seringnya manajer kafe berada di luar kota menyebabkan kontrol dan supervisi terhadap kinerja staf menjadi kurang optimal. Kondisi ini diperparah dengan adanya beberapa staf yang belum terampil dalam mengolah seluruh menu yang ditawarkan. Hal ini mengharuskan pemilik kafe untuk terlibat langsung dalam melayani pesanan pelanggan. Situasi ini menunjukkan pentingnya pelatihan bagi staf dalam upaya meningkatkan kualitas layanan dan efektivitas operasional.(Siburian & Anggrainie, 2022)

Penelitian terdahulu oleh Putri et al. pada UMKM Cafe Garis Langit menemukan bahwa penerapan manajemen risiko bisnis dapat membantu UMKM mengidentifikasi dan mengelola berbagai risiko yang sering muncul, seperti kompetitor baru, kenaikan harga bahan baku, penurunan minat konsumen akibat keterbatasan fasilitas, dan komunikasi bisnis yang kurang efektif. Penelitian ini menggunakan metode Analisis Data Sekunder (ADS) untuk mengevaluasi risikodan merumuskan matriks penilaian risiko serta tanggapan yang sesuai. Hasil penelitian menunjukkan pentingnya manajemen risiko dalam menghadapi tantangan yang umum dihadapi oleh kafe atau UMKM dalam industri yang kompetitif (Putri et al., 2022). Penelitian serupa dilakukan oleh Situmorang dan Manullang pada Cafe Sejiwa, yang juga menunjukkan bahwa risiko yang dihadapi mencakup munculnya kompetitor, kenaikan harga bahan baku, serta keterbatasan fasilitas dan komunikasi bisnis yang efektif. Hal ini mengindikasikan bahwa penerapan manajemen risiko merupakan langkah strategis yang perlu diterapkan untuk meningkatkan daya saing di industri kafe (Laila Elfridawaty Situmorang & Berliana Lestari Manullang, 2024).

Dalam menghadapi tantangan tersebut, penerapan manajemen risiko sangat krusial sebagai elemen dari strategi bisnis Cafe Mahoni. Manajemen risiko melibatkan penerapan fungsi manajemen untuk menangani risiko, terutamanya yang dihadapi oleh organisasi atau perusahaan. Proses ini mencakup perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengawasan, dan evaluasi terhadap risiko yang mungkin timbul (Lionel et al., 2023). Hendrawan mengemukakan bahwa risiko yang paling signifikan bagi perusahaan adalah risiko yang tidak teridentifikasi. Oleh karena itu, penerapan manajemen risiko yang baik akan membantu kafe dalam menghadapi potensi risiko dengan lebih efektif, khususnya risiko yang terkait dengan operasional, pelayanan, dan kenyamanan pelanggan (Erick, 2022).

Dengan menerapkan manajemen risiko yang terstruktur, Cafe Mahoni diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, mengurangi risiko operasional, dan mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan yang semakin ketat dalam industri kafe. Loyalitas pelanggan diartikan sebagai kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian atau kunjungan berulang, yang didasari oleh rasa puas terhadap pengalaman mereka sebelumnya (Hermanto, 2019). Maka, penerapan manajemen risiko yang efektif diharapkan dapat membantu

Cafe Mahoni dalam membangun loyalitas pelanggan secara berkelanjutan, sekaligus meningkatkan daya saing dalam industri kafe yang kompetitif.(Alfiana et al., 2024)

KAJIAN TEORI

1) Pengertian Manajemen Risiko

Risiko adalah suatu hal yang akan terjadi dan tidak diinginkan, sedangkan manajemen risiko adalah hal yang dilakukan untuk mengelola risiko. Tony Pratama menjelaskan bahwa risiko ialah hasil dari akibat yang dapat merugikan dan dapat membahayakan baik dari suatu tindakan maupun dari perbuatan, atau dapat di artikan sebagai kombinasi kejadian dan konsekuensi dari bahaya yang akan terjadi. Menurut (AS/NZS 4360, 2004) manajemen risiko ialah sesuatu kegiatan dalam proses maupun struktur dan budaya yang dilakukan untuk mengelola risiko dan mengarahkan suatu organisasi yang berkaitan dengan risiko (Bhuana et al., 2017). Menurut Setia Mulyawan manajemen risiko adalah mengidentifikasi, mengukur, serta mengontrol keuangan dari sebuah risiko yang akan terjadi sehingga dapat mengancam pendapatan dan aset dari perusahaan maupun proyek sehingga dapat menimbulkan kerugian maupun kerusakan pada suatu perusahaan. Menurut Herman Darmawi proses manajemen risiko tahap paling penting adalah identifikasi risiko yang mana kegiatan ini dilakukan dengan sistematis untuk mengidentifikasi yang memungkinkan risiko dalam kerugian perusahaan, proses manajemen risiko inilah yang akan menunjukkan kemungkinan hal akan terjadi pada suatu perusahaan dapat teridentifikasi (Darmawi, 2016). Menurut Eko Sudarmanto manajemen risiko adalah melaksanakan fungsi-fungsi dari manajemen dengan tujuan menanggulangi risiko terutama risiko yang dapat terjadi dalam suatu entitas seperti keluarga, masyarakat, maupun organisasi. Yang di dalamnya mencakup seluruh aktivitas pengorganisasian, perancanaan, pengevaluasian, dan koordinasi kegiatan-kegiatan yang berangsutan dengan penanggulangan maupun pengurangan risiko yang akan terjadi (Sudarmanto, 2021).

Dari beberapa pendapat para ahli yang telah di jelaskan di atas maka dapat di pahami bahwa manajemen risiko adalah sebuah metode dalam mengorganisasi, mengarahkan, dan meminimalisir risiko, manajemen risiko adalah salah satu langkah yang di gunakan untuk mengurangi berbagai macam risiko yang dapat membuat kerugian pada suatu perusahaan sehingga dapat meminimalisir terjadinya kerugian maupun hal negatif lainnya yang dapat menghambat peningkatan kualitas perusahaan.(Mawardi & Ikasari, 2023)

2) Penilaian Risiko

Risk assessment adalah proses evaluasi yang bertujuan untuk mengidentifikasi potensi bahaya yang mungkin terjadi. Proses ini berfokus pada pengelolaan risiko secara efektif dalam kegiatan operasional dan usaha (Rahayuningsih, 2019). Dalam penilaian risiko, terdapat dua faktor utama yang perlu diperhatikan: likelihood dan consequence. Likelihood mengukur seberapa besar kemungkinan terjadinya insiden, sementara consequence menunjukkan tingkat keparahan dampak yang ditimbulkan dari insiden tersebut (Hirawati & Sijabat, 2020). Berikut adalah lima langkah dalam proses risk assessment :

1. Penetapan Konteks

Tahap ini merupakan fondasi dalam manajemen risiko, yang mencakup pemahaman atas lingkungan internal dan eksternal. Tujuannya adalah untuk menilai kemampuan organisasi dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan.

2. Identifikasi Risiko

Identifikasi risiko adalah proses yang dilakukan untuk mengumpulkan data yang bertujuan untuk mengidentifikasi potensi risiko yang mungkin dihadapi perusahaan. Tahap ini dianggap krusial, karena penting untuk mengenali semua risiko yang berpotensi muncul dalam suatu proyek.

3. Analisis Risiko

Analisis risiko adalah pendekatan yang digunakan untuk menilai dan mengidentifikasi elemen-elemen yang dapat mengancam kesuksesan organisasi dalam mencapai tujuannya. Proses ini mencakup pengukuran, klasifikasi, komunikasi, serta pengelolaan kebijakan yang berkaitan dengan risiko yang ada. Tujuan dari analisis risiko adalah untuk menemukan berbagai alasan, faktor, dan aspek yang mungkin menjadi penghalang bagi organisasi dalam meraih tujuannya.

4. Evaluasi Risiko

Evaluasi risiko memiliki tujuan untuk mendukung pengambilan keputusan dengan merujuk pada hasil analisis risiko yang telah dilakukan sebelumnya. Proses ini melibatkan perbandingan antara tingkat risiko yang teridentifikasi dalam analisis sebelumnya. Hasil dari evaluasi akan memberikan peringkat pada risiko yang membutuhkan tindakan mitigasi lebih lanjut, dengan mempertimbangkan tingkat risiko yang dianggap dapat diterima. Salah satu langkah dalam mengevaluasi risiko adalah menyusun prioritas berdasarkan besarnya risiko tersebut.

5. Penanganan Risiko

Penanganan risiko adalah proses yang bertujuan untuk mengurangi tingkat risiko yang dihadapi oleh sebuah organisasi. Secara umum, pendekatan yang digunakan untuk menangani risiko mencakup penghindaran (avoid), penerimaan (accept), pemindahan (transfer), dan mitigasi (mitigate), yang semuanya didasarkan pada hasil analisis risiko yang telah dilakukan sebelumnya (Lilis et al., 2022).

3) Loyalitas Pelanggan

Kepuasan pelanggan, yang dikenal juga sebagai customer satisfaction, adalah konsep penting dalam pemasaran (Tanadi, S., 2015). Loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai komitmen yang mendalam untuk terus menggunakan atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa tertentu secara konsisten di masa depan, meskipun ada faktor situasional dan strategi pemasaran yang dapat mempengaruhi perubahan perilaku tersebut. Loyalitas ini dapat diukur melalui pola perilaku pembelian. Ciri-ciri pelanggan yang loyal antara lain: melakukan pembelian berulang secara teratur, membeli berbagai produk dan jasa, merekomendasikan kepada orang lain, serta menunjukkan ketahanan terhadap penawaran dari pesaing (Rukmana, 2021).

Menurut penjelasan yang telah disampaikan, loyalitas merupakan elemen penting bagi keberlangsungan suatu usaha, yang dapat dilihat dari kesetiaan dan kepercayaan konsumen untuk terus menjadi pelanggan. Dengan kata lain, loyalitas konsumen akan terlihat melalui pembelian produk secara berulang, keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain, serta ketidakmudahan dalam berpindah ke pesaing yang menawarkan produk sejenis (Utomo, 2020).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang berfokus pada investigasi isu-isu yang berhubungan dengan manusia atau sosial dengan cara menghasilkan gambaran yang holistik dan mendetail. Metode utama yang diterapkan untuk mengumpulkan serta menganalisis data dalam penelitian ini adalah Metode Analisis Data Primer (ADP). Metode Analisis Data Primer (ADP) dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memperoleh data langsung dari sumbernya, yang relevan dalam memahami penerapan manajemen risiko di industri kafe, terutama dalam upaya mempertahankan loyalitas pelanggan di Cafe Mahoni.

Dalam penelitian ini, beberapa teknik pengumpulan data yang akan digunakan meliputi wawancara, survei, dan observasi. Wawancara akan dilakukan dengan pemilik, manajer, dan staf Cafe Mahoni untuk mendapatkan informasi mengenai strategi manajemen risiko yang diterapkan serta pandanganmereka terkait loyalitas pelanggan. Selanjutnya, survei akan dilakukan untuk mengumpulkan data dari pelanggan Cafe Mahoni, bertujuan untuk memahami persepsi, tingkat kepuasan, dan faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas mereka terhadap kafe. Diharapkan survei ini dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai penilaian pelanggan terhadap kafe dan strategi-strategi yang efektif dalam mempertahankan loyalitas mereka.

Selain itu, observasi langsung di Cafe Mahoni juga akan dilakukan untuk memahami secara rinci bagaimana proses operasional dan layanan berlangsung. Observasi ini akan membantu peneliti untuk mendapatkan data yang mendukung hasil wawancara dan survei, sehingga dapat mempermudah analisis tentang manajemen risiko dalam konteks persaingan industri kafe.

Data yang dikumpulkan melalui metode-metode tersebut akan dianalisis untuk menemukan pola dan tren yang berkaitan dengan penerapan manajemenrisiko serta hubungannya dengan loyalitas pelanggan. Dengan pendekatan ini, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan temuan yang bermanfaat dalam merumuskan langkah-langkah strategis bagi Cafe Mahoni untuk mempertahankan daya saingnya di tengah persaingan industri kafe yang semakin ketat (Nabilah, 2023).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1) Analisa SWOT

Analisis SWOT merupakan metode strategis yang sering digunakan untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh sebuah organisasi. Melalui pendekatan ini, organisasi dapat mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kemampuan mereka untuk bersaing di pasar. Faktor-faktor yang berkontribusi terhadap kekuatan dan kelemahan internal diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang aspek-aspek yang perlu diperkuat atau ditingkatkan dalam penelitian ini (Cahyani et al., 2022). Untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh Cafe Mahoni, dilakukan analisis SWOT menggunakan data yang dikumpulkan dari penelitian tersebut

1. Strengths (Kekuatan)

Cafe Mahoni memiliki suasana tenang dan nyaman tanpa musik latar yangmenarik bagi pelanggan yang membutuhkan tempat untuk berdiskusi atau rapat. Pelayanan dari staf yang ramah dan cepat juga menjadi nilai tambah, meningkatkan pengalaman dan kenyamanan pelanggan. Selain itu, ketahanan operasional selama pandemi COVID-19

menunjukkan komitmen cafe dalam melayani pelanggan, meskipun terjadi penurunan jumlah kunjungan.

2. Weaknesses (Kelemahan)

Fasilitas tempat duduk di Cafe Mahoni dinilai kurang nyaman dan memerlukan pembaruan untuk menarik lebih banyak pelanggan. Harga produk yang kurang ramah bagi mahasiswa juga menjadi kelemahan, mengingat segmen ini adalah target utama di sekitar cafe. Selain itu, kurangnya pengawasan manajerial harian berpotensi memengaruhi konsistensi dalam kualitas layanan dan produk yang disajikan.

3. Opportunities (Peluang)

Tren kafe sebagai tempat untuk bersosialisasi dan bekerja semakin populer, sehingga suasana tenang di Cafe Mahoni bisa menjadi daya tarik khusus. Potensi untuk membuka cabang baru di lokasi strategis lain, jika modal memungkinkan, juga bisa memperluas pasar Cafe Mahoni. Dukungan dari platform digital, termasuk media sosial dan layanan pesan antar, memberikan peluang untuk meningkatkan pemasaran dan jangkauan pelanggan secara lebih luas.

4. Threats (Ancaman)

Cafe Mahoni menghadapi persaingan ketat dari kafe lain di sekitar kampus, yang juga menargetkan segmen mahasiswa dan pekerja. Ketidakpastian ekonomi pasca-COVID-19 menimbulkan risiko terhadap stabilitas operasional cafe dalam jangka panjang. Selain itu, fluktuasi harga bahan baku bisa meningkatkan biaya produksi dan memaksa kenaikan harga jual. Berdasarkan analisis SWOT di atas, risiko-risiko yang kemungkinan besar akan dihadapi oleh Cafe Mahoni adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan Fasilitas Tempat Duduk dan Kenyamanan Pelanggan
2. Kurangnya Pengawasan Manajerial dalam Menjamin Kualitas
3. Kurangnya Jaminan Mutu Produk dan Layanan
4. Harga yang Kurang Terjangkau bagi Mahasiswa
5. Keterbatasan Modal untuk Ekspansi Cabang
6. Ketidakpastian Ekonomi Pasca-COVID-19

2) Hasil Analisis Risiko

Berdasarkan hasil analisis dan identifikasi risiko, berikut adalah beberapa risiko utama yang dihadapi Cafe Mahoni beserta langkah penanganannya:

1. Keterbatasan Fasilitas

Tempat Duduk dan Kenyamanan Pelanggan Keterbatasan fasilitas seperti kursi dan meja yang kurang nyaman dapat mengurangi daya tarik Cafe Mahoni bagi pelanggan yang menginginkan suasana yang nyaman untuk berdiskusi atau bersantai. Respon dari risiko ini yaitu Cafe Mahoni dapat melakukan peremajaan fasilitas dengan mengganti kursi dan meja secara bertahap, sehingga bisa meningkatkan kenyamanan pelanggan tanpa menambah beban besar pada biaya operasional.

2. Kurangnya Pengawasan Manajerial dalam Menjamin Kualitas

Minimnya pengawasan langsung dari manajer dapat mengakibatkan variasi dalam kualitas layanan dan produk, yang bisa memengaruhi kepuasan pelanggan. Respon dari

risiko ini Cafe Mahoni sebaiknya menambah frekuensi kunjungan manajer atau menugaskan seorang staf senior untuk melakukan kontrol harian, memastikan standar layanan tetap konsisten.

3. Kurangnya Jaminan Mutu Produk dan Layanan

Ketidakteraturan dalam kualitas produk dan layanan bisa mengurangi tingkat kepuasan pelanggan dan membahayakan loyalitas mereka. Respon dari risiko ini adalah Cafe Mahoni dapat menerapkan standar jaminan mutu yang mencakup kontrol kualitas pada bahan baku, penyajian, dan pelayanan yang rapi dan cepat. Evaluasi berkala terhadap kepuasan pelanggan juga bisa dilakukan untuk menjaga standar layanan.

4. Harga yang Kurang Terjangkau bagi Mahasiswa

Kisaran harga yang tidak selalu ramah kantong bagi mahasiswa berpotensi membuat mereka memilih kafe lain yang lebih terjangkau. Respon dari risiko ini yaitu Cafe Mahoni dapat mempertimbangkan diskon atau paket hemat khusus bagi mahasiswa, atau menyediakan menu yang lebih terjangkau pada waktu-waktu tertentu untuk menarik segmen pelanggan ini.

5. Keterbatasan Modal untuk Ekspansi Cabang

Rencana membuka cabang baru terkendala oleh keterbatasan modal, yang dapat menghambat Cafe Mahoni dalam meningkatkan pangsa pasarnya. Respon dari risiko ini Cafe Mahoni dapat mempertimbangkan opsi pembiayaan alternatif seperti kerjasama dengan investor atau mengajukan pinjaman usaha. Langkah lain yang dapat diambil adalah memprioritaskan peningkatan kualitas di lokasi yang ada sebelum ekspansi.

6. Ketidakpastian Ekonomi Pasca Covid-19

Cafe Mahoni pernah mengalami penurunan pelanggan selama pandemi, dan risiko serupa bisa muncul kembali dengan adanya ketidakpastian ekonomi dimasa depan. Respon dari risiko ini Cafe Mahoni bisa mempersiapkan sistem layanan yang fleksibel, seperti bekerja sama dengan platform pesan antar dan memanfaatkan media sosial untuk tetap terhubung dengan pelanggan.

Maka berdasarkan hasil analisis tersebut penerapan manajemen risiko di Cafe Mahoni menjadi langkah strategis dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan industri kafe. Dengan peremajaan fasilitas tempat duduk secara bertahap, Cafe Mahoni dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan, khususnya mereka yang mencari tempat untuk bersantai atau berdiskusi. Peningkatan frekuensi pengawasan oleh manajer atau staf senior memastikan bahwa kualitas layanan tetap konsisten, yang membantu membangun kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

Selain itu, penerapan standar jaminan mutu pada produk dan layanan menjaga kualitas tetap tinggi, sehingga pelanggan mendapatkan pengalaman yang sesuai harapan mereka setiap kali berkunjung. Untuk menarik pelanggan dari segmen mahasiswa, Cafe Mahoni dapat menyediakan diskon atau paket hemat yang terjangkau, yang akan membuat mereka merasa dihargai sebagai bagian dari pelanggan setia kafe ini.

Dalam menghadapi kendala modal untuk ekspansi, Cafe Mahoni dapat mencari pembiayaan alternatif seperti kerjasama dengan investor, sehingga dapat memperluas jangkauan pasar tanpa mengorbankan kualitas di lokasi awal. Terakhir, adaptasi terhadap ketidakpastian

ekonomi dilakukan dengan menyiapkan layanan fleksibel, seperti memanfaatkan platform pesan antar dan media sosial, sehingga Cafe Mahoni tetap terhubung dengan pelanggan, bahkandi saat-saat sulit. Melalui langkah-langkah ini, Cafe Mahoni dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, menjadikan mereka sebagai pelanggan setia yang terus mendukung kafe di tengah tantangan yang ada.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis SWOT dan identifikasi risiko yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penerapan manajemen risiko di Cafe Mahoni merupakan langkah penting dalam menghadapi persaingan industri kafe yang semakin kompetitif. Melalui identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, danancaman yang dihadapi, Cafe Mahoni memiliki pemahaman yang lebih jelas mengenai aspek-aspek yang perlu diperkuat dan risiko-risiko yang perlu dikelola secara efektif.

Cafe Mahoni memiliki sejumlah kekuatan yang dapat menjadi modal dalam mempertahankan loyalitas pelanggan, seperti suasana tenang dan pelayanan yang ramah serta cepat. Namun, Cafe Mahoni juga menghadapi beberapa kelemahan, seperti keterbatasan fasilitas tempat duduk yang nyaman dan kurangnya pengawasan manajerial yang konsisten. Di sisi lain, peluang yang dapat dimanfaatkan termasuk tren kafe sebagai tempat bersosialisasi dan bekerja, serta penggunaan platform digital untuk memperluas jangkauan pemasaran. Ancaman yang dihadapi, seperti persaingan ketat dari kafe lain dan ketidakpastian ekonomi, memerlukan strategi manajemen risiko yang matang.

Langkah-langkah penanganan risiko yang disarankan mencakup peremajaan fasilitas secara bertahap, peningkatan pengawasan melalui keterlibatan manajer atau staf senior, penerapan standar jaminan mutu, serta penawaran diskon atau paket hemat untuk menarik pelanggan dari segmen mahasiswa. Selain itu, dalam menghadapi keterbatasan modal untuk ekspansi, Cafe Mahoni dapat mempertimbangkan pembiayaan alternatif melalui investor atau pinjaman usaha. Untuk mengantisipasi ketidakpastian ekonomi, penerapan layanan fleksibel seperti kerjasama dengan platform pesan antar dan pemanfaatan media sosial dapat menjaga hubungan dengan pelanggan.

Secara keseluruhan, penerapan manajemen risiko di Cafe Mahoni diharapkan dapat membantu mempertahankan loyalitas pelanggan melalui peningkatan kualitas layanan, kenyamanan, dan adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Dengan pendekatan ini, Cafe Mahoni memiliki peluang untuk mempertahankan daya saingnya di industri kafe, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan memastikan keberlanjutan usahanya dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiana, Cakranegara, P. A., Eka, A. P. B., Irdawati, & Mere, K. (2024). Inovasi Dalam Manajemen Modal Kerja Analisis Pengaruh Strategi Pembayaran Digital Dan Model Supply Chain Terbaru. *Jurnal Darma Agung*, 32(2), 802–811.
- Bhuana, E. B., Sumartini, S., & Sofia, A. (2017). Analisis Manajemen Risiko Operasional dalam Merencanakan Strategi Operasional (Studi Kasus pada Unit Pelaksana Teknis Pengujian Kendaraan Bermotor Dinas Perhubungan Kota Cimahi). *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 8(2), 1. <https://doi.org/10.17509/jimb.v8i2.12660>

- Cahyani, A., Hasbiyah, D., & Kusumadinata, A. A. (2022). Social Media Marketing UKM Chika Furniture Melalui Instagram. *Karimah Tauhid*, 1, 409–419. <https://ojs.unida.ac.id/karimahtauhid/article/view/6771%0Ahttps://ojs.unida.ac.id/karimahtauhid/article/download/6771/3218>
- Darmawi, H. (2016). *Manajemen Risiko Edisi 2*. PT. Bumi Aksara.
- Erick. (2022). Analisis tingkat risiko strategis Fourdayss Coffee. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, no 11, 1811–182.
- Hermanto. (2019). *Faktor Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. CV. JakadPublishing.
- Hirawati, H., & Sijabat, Y. P. (2020). Analysis of Risk Management on MSMEs (CaseStudy of The Bamboo Handicraft Industry). *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen (REKOMEN)*, 4(1), 56–65. <https://doi.org/10.31002/rn.v4i1.2977>
- Laila Elfridawaty Situmorang, & Berliana Lestari Manullang. (2024). Penerapan Manajemen Risiko Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Cafe Sejiwa. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 251–262. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i3.1050>
- Lilis, L., Clarissa, N., Herliani, H., Dikson, D., & Wilson, J. (2022). Pengaruh Penerapan Manajemen Risiko Bisnis Dalam Small Business Development Pada Warkop 96. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(04), 372–382. <https://doi.org/10.34308/eqien.v11i04.1354>
- Lionel, E., Leonard, Fernando, N., Ong, T., & Septama, V. (2023). Analisis ManajemenRisiko pada Malaya Cafe. *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 3(1), 251–266.
- Mawardi, T., & Ikasari, I. H. (2023). Peran Sistem Informasi Manajemen dalam Meningkatkan Efisiensi Operasional pada Perusahaan Skala Menengah. ... *Artificial Intelligent Dan Sistem* ..., 1(1), 135–139. <http://jurnalmahasiswa.com/index.php/aidanspk/article/view/294%0Ahttp://jurnalmahasiswa.com/index.php/aidanspk/article/download/294/197>
- Nabilah, S. (2023). Pengaruh Penggunaan Teknologi Big Data dalam Bisnis Retail Terhadap Keputusan Konsumen. *WriteBox*, 1–7. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=ApXhnsAAAAAJ&citation_for_view=ApXhnsoAAAAJ:9yKSN-GCB0IC
- Putri, I. M., Sibagariang, M. I. B. A., Mey, N. A., Kusumo, P., Hutagalung, R. M., Mahendra, R. A., & Christiarini, R. (2022). Pengaruh Penerapan Manajemen Risiko Bisnis pada UMKM Cafe Garis Langit. *YUME : Journal of Management*, 5(3), 447–453. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.356>
- Rahayuningsih, S. (2019). Identifikasi Penerapan Dan Pemahaman Kesehatan Dan Keselamatan Kerja Dengan Metode Hazard And Operability Study (Hazop) Pada UMKM Eka Jaya. *JATI UNIK : Jurnal Ilmiah Teknik Dan Manajemen Industri*, 2(1), 24–32. <https://doi.org/10.30737/jatiunik.v2i1.274>

- Siburian, A. N., & Anggrainie, N. (2022). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Brand Image, Brand Ambassador, Diskon, Harga dan Sales Promotion terhadap Pembelian Implusif Pada e-Commerce Tiktok Shop Dimasa Pandemi Covid-19. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 176–191. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i3.2492>
- Sudarmanto, E. (2021). *Manajemen Risiko Perbankan*. Yayasan Kita Menulis. Sukarno, G., & Nirawati, L. (2016). KONTRIBUSI HUMAN CAPITAL dan CUSTOMER CAPITAL DALAM MENGGAPAI KINERJA CAFÉ dan RESTO di SURABAYA. *Jurnal Ilmu Sosial*, 15(2), 137. <https://doi.org/10.14710/jis.15.2.2016.137-149>
- Tanadi, S., Y. (2015). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Usaha Susu Murni Siliwangi A-Karsan Bandung)*. Universitas Yogyakarta.
- Trivedi, A. (2018). Logistics Management Awareness and the Implementation of Restaurant Business: An Application of Stepwise Multiple Regression. *Asian Administration & Management Review*, 1(1).
- Utomo, A. B., & Sari, R. A. (2020). "Peran Teknologi Informasi dalam Manajemen Persediaan." *Jurnal Sistem Informasi*, 16(2), 83-90. <https://doi.org/10.21609/jsi.v16i2.424> Jurnal Ilmu Sosial, 15(2), 137. <https://doi.org/10.14710/jis.15.2.2016.137-149> Tanadi, S., Y. (2015). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Usaha Susu Murni Siliwangi A-Karsan Bandung)*. Universitas Yogyakarta.
- Trivedi, A. (2018). Logistics Management Awareness and the Implementation of Restaurant Business: An Application of Stepwise Multiple Regression. *Asian Administration & Management Review*, 1(1).
- Utomo, A. B., & Sari, R. A. (2020). "Peran Teknologi Informasi dalam Manajemen Persediaan." *Jurnal Sistem Informasi*, 16(2), 83-90. <https://doi.org/10.21609/jsi.v16i2.424>