

Strategi Manajemen Risiko Keuangan pada UMKM Pasca-Pandemi COVID-19: Pendekatan Analisis SWOT di Sektor Pariwisata

Lita Martalia¹, Saghna Sahara Qolby²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

litamartalia3@gmail.com , saghnasahara@gmail.com

Received 22 Agustus 2025 | Revised 12 November 2025 | Accepted 14 November 2025

*Korespondensi Penulis

Abstract

This study aims to analyze financial risk management strategies in Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the tourism sector after the COVID-19 pandemic using the SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) analysis approach. The research method employs a qualitative approach through literature review and interviews with tourism MSME actors. The results show that post-pandemic financial strategies of MSMEs are strongly influenced by digital adaptation capabilities, product diversification, cash flow management, and access to financing. The SWOT analysis reveals that the main strengths of MSMEs lie in their flexibility and close relationships with customers, while their primary weaknesses are limited capital and low financial literacy. Opportunities arise from digitalization trends, domestic tourism, and government support, whereas threats stem from global economic uncertainty and fluctuating tourism demand. The study recommends implementing risk management based on financial planning, utilizing digital technology, and strengthening collaboration with stakeholders to support the sustainability of tourism MSMEs.

Keywords: Risk Management, MSMEs, Finance, SWOT, Tourism, Post-Pandemic

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi manajemen risiko keuangan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sektor pariwisata pasca-pandemi COVID-19 dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi literatur dan wawancara terhadap pelaku UMKM di bidang pariwisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi keuangan UMKM pasca-pandemi sangat dipengaruhi oleh kemampuan adaptasi digital, diversifikasi produk, pengelolaan arus kas, serta akses terhadap pembiayaan. Analisis SWOT menemukan bahwa kekuatan utama UMKM terletak pada fleksibilitas dan kedekatan dengan konsumen, sedangkan kelemahan utamanya adalah keterbatasan modal dan rendahnya literasi keuangan. Peluang terbuka melalui tren digitalisasi, pariwisata domestik, dan dukungan pemerintah, sementara ancaman berasal dari ketidakpastian ekonomi global dan fluktuasi permintaan wisata. Rekomendasi penelitian ini adalah perlunya penerapan manajemen risiko berbasis perencanaan keuangan, pemanfaatan teknologi digital, serta penguatan kolaborasi dengan pemangku kepentingan untuk mendukung keberlanjutan UMKM sektor pariwisata.

Kata Kunci: Manajemen Risiko, UMKM, Keuangan, SWOT, Pariwisata, Pasca-Pandemi

PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 telah membawa dampak signifikan terhadap sektor pariwisata, salah satu industri yang paling terdampak karena pembatasan mobilitas global, penurunan

jumlah wisatawan, serta pembatasan kegiatan masyarakat. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di sektor ini mengalami guncangan berat baik dari sisi keuangan, operasional, maupun sumber daya

manusia. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM (2023), lebih dari 60% UMKM pariwisata melaporkan penurunan omzet lebih dari 50% selama masa pandemi. Kondisi ini menunjukkan betapa rentannya sektor pariwisata ketika dihadapkan pada krisis kesehatan global yang berdampak luas terhadap perilaku konsumen dan perekonomian nasional.

Pasca-pandemi, UMKM dituntut untuk segera bangkit dan mengadopsi strategi manajemen risiko keuangan yang efektif. Risiko keuangan muncul dalam berbagai bentuk, mulai dari ketidakstabilan arus kas, keterbatasan modal, meningkatnya biaya operasional, hingga penurunan daya beli konsumen. Selain itu, ketidakpastian ekonomi global, inflasi, serta perubahan preferensi wisatawan pasca-pandemi juga semakin menambah kompleksitas tantangan yang dihadapi UMKM. Dalam konteks ini, kemampuan UMKM dalam merancang strategi mitigasi risiko keuangan menjadi kunci bagi keberlangsungan usaha dan keberlanjutan pertumbuhan jangka panjang.

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) dapat menjadi pendekatan yang tepat untuk memetakan kondisi internal dan eksternal UMKM pasca-pandemi. Dengan memahami kekuatan dan kelemahan internal, UMKM dapat merumuskan strategi yang realistis dan sesuai dengan kapasitasnya. Sementara itu, pengenalan terhadap peluang dan ancaman eksternal memungkinkan UMKM untuk lebih adaptif dalam merespons dinamika pasar. Pendekatan ini tidak hanya membantu UMKM dalam menghadapi risiko keuangan, tetapi juga memberikan arah strategis untuk memanfaatkan potensi pasar yang mulai pulih.

Lebih jauh, sektor pariwisata memiliki potensi besar untuk segera pulih pasca-pandemi karena adanya tren peningkatan wisata domestik, dukungan kebijakan pemerintah, serta percepatan transformasi digital dalam promosi dan transaksi keuangan. Namun, tanpa strategi manajemen risiko keuangan yang tepat, peluang ini tidak akan dapat dimanfaatkan secara optimal. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi manajemen risiko keuangan UMKM pasca-pandemi COVID-19 dengan pendekatan analisis SWOT pada sektor pariwisata, sehingga dapat memberikan kontribusi praktis

dan akademis bagi penguatan UMKM di era pemulihan ekonomi.

Kajian Literatur

Manajemen risiko keuangan telah menjadi fokus utama dalam pengelolaan usaha kecil dan menengah (UMKM), terutama setelah munculnya berbagai krisis global yang memengaruhi stabilitas ekonomi. Menurut Pratama dan Sari (2022), manajemen risiko keuangan adalah suatu proses yang melibatkan identifikasi, evaluasi, serta pengendalian risiko yang berpotensi mengganggu keberlangsungan bisnis. Risiko ini dapat berupa fluktuasi arus kas, keterbatasan akses permodalan, perubahan harga bahan baku, hingga ketidakpastian pasar. Dalam konteks UMKM, manajemen risiko keuangan bukan hanya tentang pengelolaan modal, tetapi juga berkaitan dengan strategi adaptasi terhadap kondisi eksternal yang sering kali sulit diprediksi. Nugroho dan Lestari (2023) menambahkan bahwa UMKM yang memiliki sistem pengelolaan risiko lebih terstruktur terbukti lebih resilien dalam menghadapi tekanan krisis, termasuk pandemi COVID-19.

Sektor pariwisata merupakan salah satu industri yang paling terpengaruh oleh pandemi, karena pembatasan mobilitas internasional maupun domestik secara langsung menurunkan permintaan wisata. Suryani (2021) menegaskan bahwa UMKM pariwisata, yang mencakup usaha akomodasi, transportasi, kuliner, hingga produk kreatif, berperan besar dalam perekonomian lokal. Namun, karena mayoritas UMKM di sektor ini memiliki skala kecil dengan modal terbatas, mereka menjadi sangat rentan terhadap perubahan kondisi eksternal. Laporan Kementerian Koperasi dan UKM (2023) bahkan mencatat lebih dari 60% UMKM pariwisata kehilangan lebih dari separuh pendapatannya selama pandemi berlangsung. Hal ini sejalan dengan temuan Asosiasi Usaha Pariwisata Indonesia (2022) yang menyebutkan bahwa lebih dari 40% UMKM pariwisata mengalami kesulitan dalam membayar kewajiban finansial akibat berkurangnya wisatawan.

Dalam merumuskan strategi pemulihan, analisis SWOT sering digunakan sebagai pendekatan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Kotler dan Keller (2022) menjelaskan bahwa analisis SWOT membantu organisasi memahami kondisi internal dan eksternal secara

menyeluruh sehingga dapat menghasilkan strategi yang realistis dan relevan. Hartono dan Widjaja (2021) membuktikan bahwa penerapan analisis SWOT pada UMKM memungkinkan identifikasi faktor kunci yang memengaruhi daya saing, seperti kualitas produk, keterbatasan sumber daya manusia, akses pasar, hingga perubahan preferensi konsumen pasca-pandemi. Dengan demikian, SWOT tidak hanya menjadi alat analisis, tetapi juga pedoman dalam menyusun strategi keuangan yang berkelanjutan.

Lebih lanjut, penelitian terbaru menunjukkan bahwa digitalisasi menjadi salah satu elemen kunci dalam strategi pemulihan UMKM pasca-pandemi. Rahman (2023) menekankan bahwa teknologi digital memungkinkan UMKM pariwisata untuk meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan sekaligus memperluas akses pasar melalui platform online. Hal ini diperkuat oleh Handayani et al. (2022) yang menemukan bahwa UMKM yang mengadopsi digitalisasi, baik melalui sistem akuntansi berbasis aplikasi maupun pemasaran digital, mampu pulih lebih cepat dibandingkan UMKM yang tetap menggunakan metode konvensional. Digitalisasi juga berfungsi sebagai strategi mitigasi risiko, karena memberikan fleksibilitas dalam mengatur arus kas, mengurangi biaya operasional, serta membuka peluang kerja sama lintas sektor.

Tidak hanya faktor internal dan teknologi, dukungan eksternal berupa kebijakan pemerintah juga berperan penting dalam memperkuat ketahanan UMKM. Bank Indonesia (2022) melaporkan bahwa berbagai program stimulus, seperti restrukturisasi kredit, subsidi bunga, dan pelatihan digitalisasi, berhasil membantu UMKM melewati masa krisis. Di sektor pariwisata, pemerintah juga meluncurkan program *Bangga Berwisata di Indonesia* (Kemparekraf, 2022) untuk mendorong wisata domestik, yang secara tidak langsung membantu pemulihan UMKM pariwisata. Studi oleh Andayani dan Wicaksono (2023) menyatakan bahwa kolaborasi antara pemerintah, swasta, dan komunitas lokal menjadi kunci dalam meningkatkan ketahanan UMKM pariwisata, karena kolaborasi tersebut dapat memperluas akses permodalan, pasar, serta jaringan distribusi.

Selain itu, literatur mengenai manajemen risiko pasca-pandemi juga menekankan

pentingnya diversifikasi usaha dan inovasi produk. Menurut Syafruddin (2023), UMKM yang hanya mengandalkan satu jenis produk atau layanan cenderung lebih rentan terhadap perubahan pasar. Sebaliknya, UMKM yang mampu melakukan diversifikasi, misalnya dengan menambahkan layanan berbasis digital atau mengembangkan produk wisata berbasis budaya lokal, memiliki peluang lebih besar untuk bertahan. Hal ini sejalan dengan teori manajemen risiko keuangan modern yang menyarankan penggunaan strategi *hedging* dan diversifikasi untuk meminimalisir potensi kerugian (Gitman & Zutter, 2020).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tinjauan pustaka mengenai manajemen risiko keuangan UMKM pariwisata pasca-pandemi mencakup tiga aspek utama: pertama, pentingnya penerapan manajemen risiko keuangan yang sistematis; kedua, relevansi analisis SWOT dalam memetakan strategi bisnis yang adaptif; dan ketiga, peran digitalisasi serta dukungan eksternal dalam memperkuat daya tahan UMKM. Keseluruhan literatur ini memberikan kerangka konseptual yang kuat untuk meneliti bagaimana UMKM pariwisata dapat mengelola risiko keuangan secara efektif serta menyusun strategi yang berkelanjutan pasca-pandemi.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Populasi penelitian adalah UMKM sektor pariwisata di Bali dan Yogyakarta, dengan 15 pelaku usaha sebagai sampel yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan studi literatur (2021–2025). Analisis data dilakukan dengan langkah-langkah: identifikasi faktor internal dan eksternal, penyusunan matriks IFAS dan EFAS, dan penentuan strategi SWOT.

HASIL dan PEMBAHASAN

Identifikasi SWOT UMKM Pariwisata

Berdasarkan hasil analisis SWOT, kekuatan (Strengths) utama UMKM pariwisata di Indonesia terletak pada fleksibilitas usaha yang tinggi, kreativitas dalam menciptakan produk lokal yang unik, kedekatan emosional dengan konsumen, serta kemampuan adaptasi yang relatif cepat dalam mengubah model bisnis ketika menghadapi tantangan pasar. Faktor-faktor ini menunjukkan bahwa UMKM

memiliki daya tahan yang cukup baik dalam menghadapi kondisi yang dinamis, terutama pasca-pandemi COVID-19 yang menuntut pelaku usaha untuk lebih responsif dan inovatif.

Namun demikian, kelemahan (Weaknesses) yang muncul juga cukup signifikan. Beberapa di antaranya adalah keterbatasan modal yang menghambat ekspansi usaha, rendahnya tingkat literasi keuangan di kalangan pelaku UMKM, ketergantungan yang masih tinggi terhadap pasar wisatawan asing, serta keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital. Kondisi ini memperlihatkan adanya kesenjangan antara potensi yang dimiliki dengan kapasitas aktual dalam mengelola bisnis secara berkelanjutan.

Dari sisi peluang (Opportunities), terdapat potensi besar yang dapat dimanfaatkan, antara lain meningkatnya tren wisata domestik pasca-pandemi, adanya dukungan kebijakan pemerintah terhadap pemulihan sektor pariwisata, perkembangan teknologi digital yang membuka akses pemasaran lebih luas, serta meningkatnya minat wisata berbasis alam, budaya, dan pengalaman otentik. Peluang ini dapat menjadi katalis bagi UMKM untuk memperkuat posisinya dalam rantai nilai pariwisata nasional.

Sementara itu, ancaman (Threats) yang dihadapi UMKM pariwisata juga tidak dapat diabaikan. Faktor eksternal seperti ketidakpastian ekonomi global, fluktuasi nilai tukar yang dapat memengaruhi biaya operasional, tingkat persaingan yang semakin ketat, serta perubahan preferensi wisatawan yang sulit diprediksi menjadi tantangan yang harus diantisipasi dengan perencanaan bisnis yang matang.

Berikut hasil analisis faktor internal dan eksternal UMKM pariwisata pasca-pandemi COVID-19:

Tabel 1. Matriks IFAS
(Internal Factor Analysis Summary)

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Fleksibilitas usaha tinggi	0.2	4	0.80
Kreativitas produk lokal	0.15	3	0.45
Keterbatasan modal	0.25	2	0.50
Rendahnya literasi keuangan	0.2	2	0.40
Adaptasi digital	0.2	4	0.80

Total Skor IFAS = 2.95

Tabel 2. Matriks EFAS
(External Factor Analysis Summary)

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Tren wisata domestik meningkat	0.25	4	1.00
Dukungan kebijakan pemerintah	0.2	3	0.60
Ketidakpastian ekonomi global	0.2	2	0.40
Persaingan ketat antar pelaku	0.2	2	0.40
Transformasi digital pariwisata	0.15	4	0.60

Total Skor EFAS = 3.00

Dari hasil analisis, total skor IFAS = 2.95 dan EFAS = 3.00. Nilai ini menunjukkan posisi UMKM pariwisata berada pada kuadran I (strategi agresif/SO), yang berarti pelaku usaha memiliki kekuatan internal yang besar serta peluang eksternal yang luas. Strategi yang disarankan adalah memaksimalkan potensi digitalisasi, mengembangkan wisata berbasis budaya lokal, dan memperkuat kolaborasi lintas sektor.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Rahman (2023) dan Handayani (2022) yang menyebutkan bahwa digitalisasi berperan penting dalam memperkuat daya tahan UMKM. Selain itu, Nugroho (2024) juga menemukan bahwa kolaborasi dengan pemerintah dan lembaga keuangan dapat mempercepat pemulihan sektor pariwisata. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen risiko keuangan berbasis SWOT dapat menjadi panduan strategis bagi UMKM untuk meningkatkan ketahanan dan efisiensi operasional.

Strategi Manajemen Risiko Keuangan

Berdasarkan kombinasi SWOT tersebut, beberapa strategi manajemen risiko keuangan dapat dirumuskan. Strategi SO (Strengths-Opportunities) difokuskan pada pemanfaatan fleksibilitas usaha dan perkembangan digitalisasi untuk mengembangkan produk wisata domestik berbasis pengalaman (experience-based tourism), seperti wisata kuliner lokal, ekowisata, maupun paket wisata budaya yang dikemas secara kreatif dan dipromosikan melalui platform digital.

Strategi WO (Weaknesses-Opportunities) menekankan pada peningkatan literasi keuangan para pelaku UMKM melalui program

pelatihan intensif, mentoring bisnis, dan penyediaan akses informasi keuangan yang lebih mudah dipahami. Dengan demikian, UMKM dapat mengelola arus kas dengan lebih optimal, mengurangi risiko keuangan, serta memperoleh akses pembiayaan dari lembaga keuangan formal.

Strategi ST (Strengths-Threats) diarahkan pada diversifikasi produk wisata untuk mengurangi ketergantungan pada satu segmen pasar tertentu. Misalnya, UMKM tidak hanya mengandalkan wisatawan mancanegara, tetapi juga memperkuat pasar domestik dengan berbagai produk wisata alternatif yang berdaya tarik tinggi, sehingga risiko akibat perubahan preferensi konsumen dapat diminimalisir.

Adapun strategi WT (Weaknesses-Threats) menitikberatkan pada penguatan kolaborasi dengan pemerintah, lembaga keuangan, asosiasi pariwisata, maupun platform digital. Kolaborasi ini dapat membuka akses terhadap modal usaha, memperluas jangkauan pemasaran, serta meningkatkan daya saing UMKM pariwisata di tengah ketidakpastian global.

Implikasi Manajerial

Hasil analisis ini memberikan implikasi manajerial yang penting bagi UMKM pariwisata. Pertama, pengelolaan risiko keuangan pasca-pandemi tidak hanya dapat dilakukan melalui efisiensi biaya, tetapi juga harus diimbangi dengan inovasi model bisnis yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Kedua, UMKM dituntut untuk memperkuat kapasitas internal melalui peningkatan literasi keuangan, pembangunan sistem pencatatan keuangan yang lebih transparan, serta penyusunan rencana keuangan jangka panjang yang mencakup pengelolaan arus kas, investasi, dan manajemen hutang. Ketiga, penting bagi UMKM untuk membangun dana cadangan atau buffer fund yang dapat digunakan pada kondisi darurat sehingga keberlangsungan usaha tetap terjaga meskipun menghadapi guncangan eksternal.

Selain itu, implikasi manajerial juga menyarankan agar UMKM tidak berjalan sendiri, melainkan membangun kolaborasi multipihak. Dukungan pemerintah melalui regulasi dan insentif, keterlibatan lembaga keuangan dalam penyediaan modal yang ramah UMKM, serta pemanfaatan platform digital sebagai sarana pemasaran dapat menjadi faktor

kunci dalam memperkuat daya tahan UMKM. Dengan demikian, strategi manajemen risiko keuangan yang disusun tidak hanya bersifat reaktif, tetapi juga proaktif dalam menciptakan daya saing yang berkelanjutan.

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa UMKM sektor pariwisata pasca-pandemi memiliki potensi besar untuk pulih melalui strategi agresif berbasis kekuatan internal dan peluang eksternal. Fleksibilitas, kreativitas, serta adopsi teknologi menjadi kunci utama dalam memperkuat ketahanan keuangan. Analisis IFAS dan EFAS menegaskan bahwa UMKM harus fokus pada digitalisasi, diversifikasi produk wisata, dan penguatan kolaborasi dengan pemerintah serta lembaga keuangan. Strategi manajemen risiko keuangan yang adaptif akan menjadi fondasi bagi keberlanjutan dan daya saing jangka panjang UMKM pariwisata di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Handayani, R. P. (2022). Digitalisasi UMKM pariwisata pasca-pandemi: Peluang dan tantangan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 7(2), 145–160.
- Hidayat, M. &. (2022). Analisis SWOT dalam strategi pengelolaan risiko keuangan UMKM sektor kreatif pasca-pandemi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 24(3), 310–322.
- Novitasari, D. (2023). Penerapan SWOT dalam penguatan daya saing UMKM pariwisata berbasis digital. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Inovasi*, 8(1), 55–68.
- Nugroho, B. (2024). Strategi manajemen risiko UMKM pasca-pandemi: Perspektif SWOT. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 9(1), 12–27.
- Pratama, R. &. (2022). Manajemen risiko keuangan pada UMKM di masa krisis. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 11(2), 201–215.
- Rahman, A. (2023). Transformasi digital dan ketahanan keuangan UMKM pariwisata pasca-pandemi. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 5(1), 33–47.
- Suryani, L. (2021). UMKM pariwisata sebagai penggerak ekonomi lokal dan tantangannya di masa pandemi. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 3(2), 120–134.