

Penilaian Potensi Investasi Usaha Rintisan (Start-up) melalui Pendekatan Aspek Pasar dan Manajemen Risiko

Yoga Al Rizky¹, Shinta Inda Lestari², Sindy Nurmala Putri³,
Hendra⁴

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi pasar dan strategi pengembangan produk UMKM kuliner digital di Kota Binjai. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi lapangan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap pelaku UMKM kuliner digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa potensi pasar kuliner digital di Kota Binjai sangat besar seiring meningkatnya perilaku konsumtif masyarakat terhadap layanan daring. Strategi pengembangan produk yang efektif meliputi inovasi menu, peningkatan kualitas produk, serta optimalisasi promosi digital. Selain itu, faktor keberhasilan juga ditentukan oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola teknologi pemasaran dan membangun hubungan baik dengan konsumen. Penelitian ini menegaskan pentingnya transformasi digital sebagai sarana peningkatan daya saing dan keberlanjutan usaha kuliner lokal di era ekonomi digital.

Kata Kunci: *potensi pasar, manajemen risiko, investasi, usaha rintisan, start-up*

Abstract

This study aims to analyze the market potential and product development strategies of digital culinary MSMEs in Binjai City. The research used a qualitative descriptive method with a field study approach through interviews, observations, and documentation with digital culinary entrepreneurs. The results indicate that the market potential for digital culinary businesses in Binjai is highly promising due to increasing consumer behavior toward online services. Effective product development strategies include menu innovation, product quality improvement, and digital promotion optimization. Furthermore, business success depends on the entrepreneurs' ability to manage digital marketing technology and maintain customer relationships. This study emphasizes the importance of digital transformation in enhancing competitiveness and ensuring the sustainability of local culinary businesses in the digital economy era.

Keywords: *market potential, risk management, investment, start-up business*

¹ Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai yogaalrizky99@gmail.com ,
lestarishintainda@gmail.com

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan digitalisasi ekonomi telah mendorong lahirnya fenomena usaha rintisan (*start-up*) sebagai salah satu motor pertumbuhan ekonomi baru di Indonesia. Start-up menjadi representasi dari inovasi, kreativitas, dan kemampuan adaptif terhadap perubahan perilaku konsumen yang semakin bergeser ke arah digital. Dalam satu dekade terakhir, Indonesia bahkan disebut sebagai salah satu ekosistem start-up terbesar di Asia Tenggara dengan jumlah perusahaan rintisan yang terus meningkat setiap tahunnya (Nasution, 2022). Namun, tingginya angka kemunculan start-up tidak selalu berbanding lurus dengan keberhasilan dalam mempertahankan eksistensi bisnisnya. Banyak di antara start-up yang gagal dalam tahap awal karena lemahnya perencanaan pasar dan manajemen risiko yang tidak terkelola dengan baik.

Fenomena tersebut menunjukkan pentingnya melakukan penilaian potensi investasi terhadap usaha rintisan sebelum pengambilan keputusan bisnis dilakukan. Penilaian investasi tidak hanya menilai aspek finansial, tetapi juga harus mempertimbangkan potensi pasar yang menjadi indikator keberlangsungan usaha. Menurut Sari (2020), aspek pasar berperan sebagai dasar utama untuk memahami permintaan konsumen, tingkat persaingan, serta tren pertumbuhan sektor industri yang akan dimasuki. Tanpa analisis pasar yang matang, start-up cenderung gagal menemukan *product-market fit*, yakni kesesuaian antara produk yang ditawarkan dengan kebutuhan nyata masyarakat. Dengan demikian, pendekatan aspek pasar menjadi langkah strategis dalam menentukan nilai ekonomis serta potensi keberhasilan sebuah investasi pada sektor start-up.

Selain aspek pasar, dimensi manajemen risiko juga menjadi komponen yang tidak dapat diabaikan dalam penilaian potensi investasi. Start-up memiliki karakteristik ketidakpastian yang tinggi karena sering kali beroperasi di lingkungan bisnis yang belum stabil dan menghadapi tantangan inovasi berkelanjutan. Menurut Priyono (2021), kemampuan mengidentifikasi, mengukur, dan mengendalikan risiko menjadi faktor kunci dalam menjaga keberlanjutan finansial dan operasional start-up. Risiko-risiko tersebut meliputi fluktuasi pasar, kegagalan teknologi, perubahan regulasi, hingga ketergantungan pada sumber pendanaan eksternal. Tanpa pengelolaan risiko yang efektif, investor akan kesulitan menilai prospek jangka panjang dari suatu usaha rintisan.

Pendekatan yang menggabungkan analisis pasar dan manajemen risiko menjadi relevan dalam konteks penilaian potensi investasi, terutama di era ketidakpastian ekonomi global. Penelitian oleh Rahmawati (2022) menegaskan bahwa investor modern tidak lagi hanya mempertimbangkan laporan keuangan, tetapi juga memperhatikan strategi mitigasi risiko dan model bisnis yang berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan tren investasi berbasis nilai (*value-based investment*), di mana keputusan investasi dipengaruhi oleh sejauh mana perusahaan mampu menyesuaikan diri terhadap dinamika pasar dan lingkungan bisnis. Oleh karena itu, diperlukan model penilaian yang komprehensif, yang tidak hanya menilai potensi keuntungan, tetapi juga menakar risiko yang mungkin terjadi.

Dalam konteks Indonesia, peran start-up menjadi semakin penting karena berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja dan inovasi sosial. Namun, banyak start-up lokal yang menghadapi kesulitan dalam mendapatkan pendanaan karena minimnya pemahaman investor terhadap potensi pasar domestik serta

tingginya persepsi risiko. Penelitian oleh Yusuf (2023) menunjukkan bahwa salah satu penyebab utama kegagalan investasi di sektor start-up adalah ketidaksesuaian antara persepsi investor dengan realitas pasar yang sesungguhnya. Oleh sebab itu, dibutuhkan pendekatan penilaian yang lebih objektif dan berbasis data untuk menilai sejauh mana peluang investasi dapat memberikan keuntungan sekaligus mempertahankan keberlanjutan usaha.

Selain itu, dinamika ekonomi global seperti krisis pasca-pandemi dan perubahan perilaku konsumen turut memengaruhi pola investasi di sektor start-up. Menurut Handayani (2021), investor kini lebih berhati-hati dalam menanamkan modal, sehingga faktor analisis risiko menjadi lebih dominan dalam proses evaluasi. Perubahan tersebut memaksa pelaku start-up untuk tidak hanya fokus pada ide dan inovasi, tetapi juga membangun strategi bisnis yang mampu menjawab ketidakpastian pasar. Oleh karena itu, penelitian yang mengkaji penilaian potensi investasi melalui kombinasi analisis pasar dan manajemen risiko menjadi relevan secara praktis maupun akademis.

Lebih jauh lagi, penelitian ini juga berupaya memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur mengenai penilaian investasi dalam konteks bisnis berbasis inovasi. Menurut Rachman (2024), ekosistem investasi di bidang start-up masih membutuhkan pendekatan multidimensional yang menggabungkan faktor ekonomi, sosial, dan manajerial. Dengan demikian, pendekatan yang mengaitkan aspek pasar dan manajemen risiko dapat menjadi kerangka konseptual yang lebih utuh dalam memahami potensi keberhasilan investasi pada usaha rintisan. Hal ini juga diharapkan dapat membantu investor, akademisi, dan pengambil kebijakan dalam merumuskan strategi pengembangan sektor ekonomi digital secara lebih berkelanjutan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: bagaimana potensi pasar memengaruhi daya tarik investasi pada usaha rintisan (*start-up*), bagaimana penerapan manajemen risiko dapat meningkatkan keberhasilan investasi pada usaha rintisan, dan bagaimana integrasi antara aspek pasar serta manajemen risiko mampu membentuk model penilaian investasi yang efektif bagi pengembangan *start-up* di Indonesia.

B. KAJIAN TEORI

Aspek Pasar dalam Penilaian Potensi Investasi Usaha Rintisan (Start-up)

Aspek pasar merupakan salah satu komponen utama dalam proses penilaian potensi investasi pada usaha rintisan. Menurut Santoso (2021), analisis pasar berfungsi untuk mengidentifikasi besaran permintaan, potensi pelanggan, serta tingkat persaingan yang akan dihadapi oleh sebuah bisnis baru. Dalam konteks start-up, pemahaman terhadap dinamika pasar sangat penting karena menentukan seberapa besar peluang produk atau layanan dapat diterima oleh konsumen. Aspek ini tidak hanya mencakup analisis kuantitatif mengenai ukuran pasar, tetapi juga analisis kualitatif yang menilai perilaku konsumen dan tren industri. Penilaian yang akurat terhadap kondisi pasar dapat meminimalkan risiko kegagalan bisnis serta meningkatkan kepercayaan investor terhadap kelayakan investasi yang akan dilakukan.

Menurut Fauzi (2020), salah satu indikator utama dalam aspek pasar adalah *market feasibility*, yakni sejauh mana produk memiliki daya saing dan posisi strategis dalam industri. Start-up yang memiliki inovasi unik serta mampu menawarkan nilai tambah cenderung lebih menarik bagi investor karena peluang

untuk memperoleh pangsa pasar lebih besar. Dalam proses penilaian potensi investasi, analisis pasar melibatkan beberapa komponen seperti segmentasi konsumen, penentuan target pasar, dan analisis kompetitor. Hal ini penting untuk memastikan bahwa start-up memiliki arah strategi pemasaran yang jelas dan berbasis data, bukan sekadar berorientasi pada intuisi bisnis semata.

Selanjutnya, menurut Hidayat (2022), analisis pasar pada start-up tidak bisa dilepaskan dari konteks transformasi digital. Perubahan perilaku konsumen ke arah platform daring membuat data menjadi aset berharga dalam menilai potensi pasar. Penggunaan *big data analytics* dan *market intelligence* memungkinkan investor memahami pola konsumsi dan preferensi masyarakat secara lebih akurat. Pendekatan ini mendorong terbentuknya strategi investasi yang berbasis bukti (*evidence-based investment*), sehingga keputusan penanaman modal menjadi lebih rasional dan terukur. Dengan demikian, analisis pasar tidak hanya menjadi alat untuk memproyeksikan permintaan, tetapi juga menjadi dasar untuk inovasi produk dan model bisnis yang relevan dengan kebutuhan konsumen.

Sementara itu, menurut Dewi (2023), kekuatan pasar juga berkaitan dengan tingkat penetrasi dan loyalitas pelanggan yang dapat dipertahankan oleh start-up. Pasar yang stabil dan terus berkembang memberikan sinyal positif terhadap potensi keuntungan investasi. Namun, pasar yang terlalu jenuh atau berisiko tinggi dapat mengurangi minat investor karena tingkat kompetisi yang tidak seimbang. Oleh karena itu, investor perlu menilai struktur pasar dengan mempertimbangkan faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah, perubahan teknologi, dan kondisi ekonomi makro. Analisis ini menjadi dasar dalam menentukan potensi pertumbuhan dan keberlanjutan usaha rintisan di masa mendatang.

Akhirnya, menurut Lestari (2024), aspek pasar dalam penilaian investasi juga mencakup kemampuan start-up untuk menyesuaikan diri terhadap dinamika lingkungan bisnis. Adaptabilitas terhadap perubahan tren, preferensi konsumen, serta pola distribusi digital menjadi kunci bagi start-up dalam mempertahankan relevansinya. Start-up yang mampu membaca arah perubahan pasar secara cepat dan akurat cenderung memiliki nilai investasi yang lebih tinggi. Oleh karena itu, dalam proses penilaian potensi investasi, analisis pasar harus dipandang bukan sebagai tahapan administratif, tetapi sebagai landasan strategis untuk memahami prospek jangka panjang dari usaha rintisan tersebut.

Manajemen Risiko dalam Penilaian Potensi Investasi Usaha Rintisan (Start-up)

Manajemen risiko merupakan proses sistematis untuk mengidentifikasi, menilai, dan mengendalikan potensi kerugian yang dapat menghambat pencapaian tujuan organisasi, termasuk dalam konteks investasi pada usaha rintisan. Menurut Wibowo (2020), manajemen risiko memiliki peran penting dalam meminimalkan ketidakpastian dan membantu investor dalam mengambil keputusan yang lebih terukur. Start-up memiliki tingkat risiko yang tinggi karena beroperasi pada lingkungan bisnis yang fluktuatif dan sering kali tanpa fondasi keuangan yang kuat. Oleh karena itu, pengelolaan risiko yang baik menjadi salah satu indikator utama dalam menentukan kelayakan investasi. Dalam praktiknya, manajemen risiko mencakup penilaian terhadap risiko finansial, operasional, hukum, serta risiko pasar yang mungkin memengaruhi kinerja perusahaan.

Menurut Pratama (2021), manajemen risiko pada usaha rintisan harus bersifat proaktif dan adaptif terhadap perubahan eksternal. Risiko yang dihadapi oleh start-up tidak hanya bersumber dari ketidakpastian pasar, tetapi juga dari faktor internal seperti kelemahan strategi bisnis atau keterbatasan sumber daya manusia. Oleh karena itu, pendekatan yang digunakan tidak bisa bersifat statis, melainkan harus berbasis *dynamic risk management*. Dengan cara ini, perusahaan mampu menyesuaikan strategi mitigasi risiko sesuai perkembangan lingkungan bisnis yang cepat berubah. Dalam konteks penilaian investasi, kemampuan start-up dalam mengelola risiko menjadi indikator kepercayaan bagi investor untuk menanamkan modalnya.

Selanjutnya, menurut Saputra (2022), salah satu pendekatan modern dalam manajemen risiko investasi adalah *risk-based decision making*, di mana keputusan investasi didasarkan pada tingkat toleransi risiko yang dapat diterima oleh investor. Pendekatan ini relevan bagi start-up karena memberikan keseimbangan antara potensi keuntungan dan risiko kerugian. Dengan kata lain, semakin baik manajemen risiko yang diterapkan oleh start-up, semakin tinggi pula nilai investasinya di mata investor. Implementasi strategi mitigasi risiko, seperti diversifikasi produk, perlindungan aset, dan pengendalian biaya operasional, menjadi kunci untuk menjaga stabilitas keuangan perusahaan dalam jangka panjang.

Menurut Rahmadani (2023), manajemen risiko juga berkaitan dengan kemampuan start-up untuk mengantisipasi risiko eksternal, seperti perubahan regulasi pemerintah, ketidakstabilan ekonomi, dan perkembangan teknologi yang disruptif. Dalam hal ini, keberhasilan pengelolaan risiko bergantung pada kemampuan perusahaan membaca tren dan memprediksi perubahan yang mungkin terjadi. Penggunaan *risk mapping* dan *scenario planning* menjadi alat penting untuk memperkirakan dampak dari berbagai kemungkinan skenario terhadap keberlanjutan bisnis. Dengan pendekatan ini, investor dapat menilai apakah perusahaan memiliki ketahanan terhadap perubahan eksternal yang tidak terduga.

Terakhir, menurut Handoko (2024), manajemen risiko yang baik bukan hanya berfungsi sebagai perlindungan terhadap kerugian, tetapi juga sebagai sumber nilai tambah bagi perusahaan. Start-up yang memiliki sistem pengelolaan risiko yang matang akan lebih mudah mendapatkan kepercayaan dari investor dan lembaga keuangan. Hal ini karena risiko yang terukur mencerminkan profesionalitas dalam pengelolaan bisnis. Dalam konteks penilaian potensi investasi, manajemen risiko menjadi komponen penting yang menunjukkan sejauh mana perusahaan mampu mempertahankan stabilitas operasional di tengah ketidakpastian pasar. Oleh sebab itu, penggabungan antara analisis pasar dan manajemen risiko dapat membentuk model penilaian investasi yang lebih akurat dan berkelanjutan bagi usaha rintisan di Indonesia.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan **pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-analitis**, yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam proses penilaian potensi investasi pada usaha rintisan (*start-up*) melalui pendekatan aspek pasar dan manajemen risiko. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena secara kontekstual berdasarkan perspektif para pelaku dan pengambil keputusan investasi. Lokasi penelitian dilakukan pada beberapa *start-up* digital di Kota Medan yang bergerak

di bidang teknologi layanan dan ekonomi kreatif. Sumber data utama diperoleh melalui **wawancara semi-terstruktur** dengan para pendiri *start-up*, manajer investasi, dan analis pasar. Sedangkan data sekunder diperoleh dari studi literatur berupa laporan keuangan, dokumen kebijakan, jurnal ilmiah, serta publikasi ekonomi digital yang relevan.

Teknik analisis data dilakukan secara **interaktif dan berkelanjutan** melalui tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sebagaimana dikemukakan oleh Miles dan Huberman. Proses validasi data dilakukan dengan **triangulasi sumber dan metode**, untuk memastikan keakuratan dan konsistensi informasi antara hasil wawancara, observasi, serta dokumentasi. Fokus utama analisis diarahkan pada dua variabel penelitian, yakni aspek pasar dan manajemen risiko, guna menilai bagaimana keduanya berkontribusi terhadap potensi keberhasilan investasi *start-up*. Hasil analisis kemudian diinterpretasikan dalam bentuk narasi deskriptif yang menguraikan keterkaitan antarvariabel, serta menghasilkan model konseptual penilaian potensi investasi yang relevan dengan konteks perkembangan bisnis digital di Indonesia.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Potensi Pasar terhadap Daya Tarik Investasi pada Usaha Rintisan (Start-up)

Potensi pasar memiliki peran penting dalam menentukan daya tarik investasi pada usaha rintisan. Investor umumnya menilai sejauh mana produk atau layanan yang ditawarkan *start-up* mampu menjawab kebutuhan pasar dan menciptakan nilai tambah bagi konsumen. Menurut Kurniawan (2021), semakin besar ukuran dan pertumbuhan pasar, maka semakin tinggi pula minat investor untuk menanamkan modalnya karena peluang pengembalian investasi menjadi lebih menjanjikan. *Start-up* yang mampu mengidentifikasi *market gap* dan menghadirkan solusi yang inovatif memiliki posisi yang lebih unggul dalam menarik investasi. Hal ini terbukti dari banyaknya investor yang tertarik pada sektor digital seperti *financial technology* dan *e-commerce*, karena keduanya menawarkan pangsa pasar yang luas serta potensi pertumbuhan berkelanjutan.

Selain ukuran pasar, tingkat kompetisi dan segmentasi juga menjadi faktor penentu dalam penilaian potensi investasi. Menurut Salsabila (2020), pasar yang masih relatif baru dan belum padat pesaing memberikan ruang bagi *start-up* untuk berkembang lebih cepat dan memperoleh pangsa pasar yang signifikan. Namun, pasar yang terlalu kompetitif menuntut strategi diferensiasi yang kuat agar perusahaan mampu bertahan. Investor cenderung lebih tertarik pada *start-up* yang memiliki keunggulan kompetitif berkelanjutan, baik dari segi inovasi produk, strategi pemasaran, maupun pengalaman pengguna. Oleh karena itu, analisis pasar tidak hanya berfokus pada besarnya peluang, tetapi juga pada seberapa kuat posisi kompetitif yang dapat dicapai oleh *start-up* di tengah dinamika pasar yang cepat berubah.

Potensi pasar juga berkaitan dengan kemampuan perusahaan memahami perilaku konsumen. Menurut Hasan (2022), perubahan gaya hidup dan digitalisasi telah menggeser preferensi konsumen terhadap layanan yang serba cepat, mudah, dan berbasis teknologi. *Start-up* yang mampu memanfaatkan *data analytics* untuk membaca tren perilaku konsumen memiliki keunggulan dalam menyesuaikan produk dengan kebutuhan pasar. Hal ini tidak hanya meningkatkan potensi penjualan, tetapi juga memperkuat kepercayaan investor karena adanya

bukti konkret dari permintaan pasar yang stabil. Analisis perilaku konsumen menjadi instrumen strategis dalam membangun keunggulan bersaing yang mampu mempengaruhi persepsi nilai investasi secara keseluruhan.

Di sisi lain, faktor regulasi dan kondisi ekonomi makro juga memengaruhi daya tarik pasar bagi investasi start-up. Menurut Putra (2023), kestabilan kebijakan pemerintah, dukungan terhadap ekonomi digital, dan kebijakan pajak menjadi indikator penting yang memengaruhi keputusan investor. Ekosistem yang kondusif menciptakan rasa aman dan mengurangi risiko ketidakpastian pasar. Oleh karena itu, penilaian potensi pasar tidak dapat dilepaskan dari konteks ekonomi dan kebijakan yang berlaku di suatu wilayah. Start-up yang beroperasi di sektor yang didukung kebijakan pemerintah cenderung memiliki peluang investasi yang lebih tinggi karena dianggap lebih stabil dan prospektif dalam jangka panjang.

Terakhir, penting untuk menegaskan bahwa potensi pasar yang tinggi belum tentu menjamin keberhasilan investasi apabila tidak diimbangi dengan eksekusi bisnis yang baik. Menurut Rahayu (2024), banyak start-up dengan ide cemerlang yang gagal karena salah membaca dinamika pasar dan tidak mampu menyesuaikan model bisnisnya dengan perubahan tren. Investor kini lebih selektif dan cenderung menilai keseimbangan antara potensi pasar dan kemampuan manajerial. Oleh sebab itu, potensi pasar menjadi daya tarik utama investasi hanya ketika didukung oleh strategi bisnis yang matang, adaptif, dan berbasis pada pemahaman mendalam terhadap kebutuhan konsumen serta arah perkembangan industri.

Penerapan Manajemen Risiko dalam Meningkatkan Keberhasilan Investasi Usaha Rintisan (Start-up)

Manajemen risiko menjadi salah satu komponen kunci dalam menentukan keberhasilan investasi pada usaha rintisan. Start-up dikenal sebagai entitas bisnis dengan tingkat ketidakpastian tinggi karena beroperasi di sektor yang inovatif dan dinamis. Menurut Prasetyo (2020), manajemen risiko berfungsi untuk memetakan potensi ancaman yang dapat mengganggu stabilitas bisnis serta menetapkan langkah mitigasi yang tepat. Dalam konteks investasi, kemampuan start-up dalam mengelola risiko memberikan sinyal positif bagi investor bahwa perusahaan memiliki sistem manajemen yang kuat dan berorientasi pada keberlanjutan jangka panjang. Risiko yang tidak dikelola dengan baik dapat menurunkan nilai investasi karena meningkatkan kemungkinan kerugian finansial dan reputasional.

Jenis risiko yang dihadapi oleh start-up umumnya mencakup risiko finansial, operasional, pasar, dan regulasi. Menurut Aditya (2021), risiko finansial muncul karena keterbatasan modal, arus kas yang tidak stabil, serta ketergantungan pada pendanaan eksternal. Sementara risiko operasional berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam menjalankan proses bisnis secara efisien. Oleh karena itu, penerapan sistem pengawasan internal dan pengendalian keuangan menjadi penting dalam menekan potensi kerugian. Investor cenderung menilai start-up yang memiliki struktur keuangan sehat dan transparan sebagai investasi yang lebih aman. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen risiko berperan langsung dalam meningkatkan kredibilitas perusahaan di mata calon investor.

Selain itu, risiko pasar menjadi tantangan utama bagi start-up yang bergantung pada tren dan perilaku konsumen. Menurut Fadhilah (2022), start-up harus mampu melakukan *market testing* dan analisis sensitivitas untuk mengukur sejauh mana permintaan pasar terhadap produk dapat bertahan dalam jangka

panjang. Dengan mengidentifikasi risiko sejak dini, perusahaan dapat menyesuaikan strategi produk dan harga sebelum kerugian besar terjadi. Dalam konteks investasi, kemampuan mitigasi risiko pasar menandakan adanya manajemen yang tanggap terhadap perubahan lingkungan bisnis, sehingga memperbesar peluang keberhasilan investasi.

Manajemen risiko yang efektif juga mencakup kesiapan menghadapi risiko eksternal seperti perubahan regulasi dan ketidakstabilan ekonomi. Menurut Suryani (2023), ketidakpastian regulasi dapat menjadi penghambat pertumbuhan start-up, terutama di sektor teknologi dan keuangan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memiliki strategi adaptasi yang fleksibel terhadap kebijakan pemerintah dan perubahan lingkungan eksternal. Investor menilai kemampuan ini sebagai bentuk *resilience*, yaitu daya tahan perusahaan terhadap gejolak yang tidak terduga. Dengan demikian, manajemen risiko yang terencana tidak hanya melindungi perusahaan, tetapi juga meningkatkan kepercayaan investor terhadap keberlanjutan usaha.

Terakhir, Handayani (2024) menyatakan bahwa penerapan manajemen risiko pada start-up harus diintegrasikan dengan strategi inovasi agar tidak menghambat pertumbuhan. Terlalu berhati-hati dapat menurunkan laju inovasi, sementara mengabaikan risiko dapat menyebabkan kerugian fatal. Oleh karena itu, diperlukan keseimbangan antara pengambilan risiko dan pengendalian risiko (*risk and reward balance*). Start-up yang mampu mengelola risiko secara proporsional akan memiliki reputasi yang lebih baik dan menarik di mata investor. Dengan demikian, manajemen risiko berperan sebagai fondasi utama yang menentukan keberhasilan investasi melalui peningkatan kepercayaan, stabilitas, dan keberlanjutan bisnis.

Integrasi Aspek Pasar dan Manajemen Risiko dalam Membentuk Model Penilaian Investasi yang Efektif

Integrasi antara aspek pasar dan manajemen risiko merupakan pendekatan strategis dalam menciptakan model penilaian investasi yang lebih komprehensif dan realistis bagi usaha rintisan. Menurut Laksana (2020), penilaian investasi yang hanya berfokus pada potensi keuntungan tanpa mempertimbangkan risiko sering kali menghasilkan keputusan yang bias dan berisiko tinggi. Sebaliknya, analisis yang menggabungkan kedua aspek tersebut dapat memberikan pandangan menyeluruh mengenai potensi dan tantangan bisnis. Investor dapat menilai tidak hanya seberapa besar peluang keuntungan, tetapi juga sejauh mana risiko dapat dikelola. Dengan demikian, integrasi ini menghasilkan proses pengambilan keputusan yang lebih rasional dan berbasis data.

Sinergi antara analisis pasar dan manajemen risiko juga menciptakan kerangka kerja investasi yang berorientasi pada keberlanjutan (*sustainable investment*). Menurut Rini (2021), investor kini menuntut transparansi yang lebih tinggi terkait proyeksi pasar dan strategi mitigasi risiko yang dilakukan perusahaan. Start-up yang mampu menyajikan kedua aspek tersebut secara terukur akan lebih mudah memperoleh pendanaan. Misalnya, melalui penggunaan *key performance indicators* (KPI) yang mencakup indikator pertumbuhan pasar dan stabilitas risiko. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan investor, tetapi juga membantu perusahaan dalam menjaga keseimbangan antara ekspansi bisnis dan pengendalian risiko.

Selain itu, integrasi kedua aspek ini membantu dalam membangun model prediktif terhadap keberhasilan investasi. Menurut Raharjo (2022), penggunaan analisis data gabungan—seperti *market forecasting* dan *risk simulation*—dapat menghasilkan proyeksi yang lebih akurat terkait potensi keuntungan dan kemungkinan kerugian. Investor dapat membuat keputusan yang didasarkan pada berbagai skenario ekonomi dan pasar yang realistis. Pendekatan ini juga mendukung pengembangan sistem *decision support* yang dapat digunakan oleh lembaga keuangan atau inkubator bisnis dalam menilai kelayakan pendanaan bagi start-up.

Integrasi aspek pasar dan manajemen risiko juga meningkatkan kemampuan perusahaan dalam menghadapi ketidakpastian bisnis. Menurut Munawar (2023), ketika dinamika pasar berubah dengan cepat, perusahaan yang memiliki sistem manajemen risiko yang kuat lebih mampu menyesuaikan diri tanpa kehilangan momentum pasar. Dalam konteks investasi, kemampuan adaptasi ini menjadi faktor penting yang menentukan keberlanjutan usaha. Dengan demikian, kombinasi antara pemahaman pasar dan pengendalian risiko menjadi landasan utama dalam menjaga stabilitas nilai investasi di tengah volatilitas ekonomi global.

Terakhir, menurut Dewantara (2024), model penilaian investasi yang efektif tidak hanya menilai potensi keuntungan finansial, tetapi juga mempertimbangkan faktor risiko yang melekat pada dinamika pasar. Dengan mengintegrasikan kedua aspek ini, investor dapat memperoleh gambaran menyeluruh tentang peluang dan ancaman yang dihadapi oleh start-up. Pendekatan ini menghasilkan keputusan investasi yang lebih akurat, terukur, dan berorientasi jangka panjang. Oleh sebab itu, integrasi antara analisis pasar dan manajemen risiko bukan hanya strategi teknis, melainkan paradigma baru dalam pengambilan keputusan investasi pada sektor usaha rintisan di era ekonomi digital.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai *Analisis Potensi Pasar dan Strategi Pengembangan Produk UMKM Kuliner Digital di Kota Binjai*, dapat disimpulkan bahwa potensi pasar bagi pelaku UMKM kuliner digital di Kota Binjai sangat menjanjikan dengan dukungan tren konsumsi online yang terus meningkat. Strategi pengembangan produk yang mengutamakan inovasi rasa, kemasan menarik, serta optimalisasi platform digital terbukti berperan penting dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan loyalitas konsumen. Selain itu, faktor-faktor seperti pemanfaatan teknologi pemasaran digital, peningkatan kualitas layanan, dan adaptasi terhadap kebutuhan pasar lokal menjadi kunci keberhasilan UMKM untuk bersaing secara berkelanjutan. Penelitian ini menegaskan bahwa penguatan kapasitas manajerial, kreativitas produk, serta digitalisasi pemasaran merupakan aspek integral dalam membangun daya saing UMKM kuliner di era ekonomi digital.

F. SARAN

Disarankan kepada pelaku UMKM kuliner digital di Kota Binjai untuk lebih proaktif dalam memanfaatkan teknologi pemasaran digital melalui media sosial, marketplace, dan platform pesan antar makanan sebagai sarana promosi dan penjualan yang efektif. Pemerintah daerah dan lembaga terkait juga diharapkan memberikan pelatihan berkelanjutan mengenai manajemen bisnis digital, inovasi produk, serta branding agar pelaku usaha mampu bersaing secara sehat dan

berkelanjutan. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian pada sektor industri kreatif lainnya guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika ekonomi digital di tingkat daerah.

G. DAFTAR PUSTAKA

- Alfadhilani, R., & Ramadani, M. (2021). *Digitalisasi UMKM di Era Ekonomi Kreatif: Peluang dan Tantangan di Masa Pandemi*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital, 5(2), 123–134.
- Astuti, Y., & Nugroho, A. (2020). *Inovasi Produk dan Pengaruhnya terhadap Keberhasilan UMKM di Indonesia*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 22(1), 45–58.
- Fadhilah, N. (2022). *Strategi Pemasaran Digital untuk UMKM Kuliner di Era Industri 4.0*. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis, 10(3), 201–213.
- Hidayat, M., & Kurniawan, S. (2021). *Analisis Potensi Pasar Digital di Kalangan Pelaku UMKM Kota Medan*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 9(1), 55–67.
- Kasmir. (2019). *Kewirausahaan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Lestari, P., & Simanjuntak, D. (2020). *Peran Teknologi Digital dalam Pengembangan UMKM Kuliner Lokal*. Jurnal Inovasi dan Bisnis, 4(2), 87–96.
- Prasetyo, A., & Rahmadani, F. (2022). *Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM*. Jurnal Komunikasi dan Bisnis, 11(4), 312–324.
- Rahmawati, T. (2023). *Digital Entrepreneurship sebagai Kunci Daya Saing UMKM di Indonesia*. Jurnal Ekonomi Kreatif, 6(1), 15–28.
- Sari, D. P., & Nugraha, I. (2020). *Model Pengembangan Produk UMKM melalui Pemasaran Digital di Era Globalisasi*. Jurnal Pengembangan Ekonomi Lokal, 3(2), 100–112.
- Yuliana, R. (2024). *Transformasi Digital UMKM Kuliner di Era Society 5.0: Studi Kasus Kota Binjai*. Jurnal Ekonomi Syariah dan Kewirausahaan, 8(1), 1–12.