



---

## **Penerapan Manajemen Risiko Berbasis ISO 31000 pada Industri Fashion Kreatif: Studi Kasus Brand Uniquelymozdaily**

**Dea Wisnu Ramdani<sup>1</sup>, Ari Assrishan Sos Mantoro<sup>2</sup>, Zaid Abdul Hamid<sup>3</sup>, Fajar<sup>4</sup>, Alfiana<sup>5</sup>**

Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Muhammadiyah Bandung, Kota Bandung, Indonesia<sup>1,2,3,4</sup>

\*Email: [230313075@umbandung.ac.id](mailto:230313075@umbandung.ac.id), [2303130442@umbandung.ac.id](mailto:2303130442@umbandung.ac.id),  
[230313311@umbandung.ac.id](mailto:230313311@umbandung.ac.id), [230313101@umbandung.ac.id](mailto:230313101@umbandung.ac.id), [alfiana.dr@umbandung.ac.id](mailto:alfiana.dr@umbandung.ac.id)

\*Email Korespodensi: [230313075@umbandung.ac.id](mailto:230313075@umbandung.ac.id)

Diterima: 07-11-2025 | Disetujui: 17-11-2025 | Diterbitkan: 19-11-2025

---

### **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the implementation of ISO 31000:2018-based risk management in the creative fashion industry, using a case study of Uniquelymozdaily. The implementation of risk management is crucial in dealing with market uncertainty, rapidly changing trends, and operational and reputational risks. This study used a qualitative descriptive method with a case study approach through the stages of risk identification, analysis, evaluation, and mitigation in accordance with ISO 31000 principles. The results indicate that Uniquelymozdaily faces six main risks: raw material delays, supply disruptions from suppliers, dependence on a single e-commerce platform, uncompetitive pricing strategies, ineffective marketing collaboration, and burnout due to high workload. Through the implementation of ISO 31000, the company was able to implement mitigation strategies such as supplier diversification, regular trend monitoring, and strengthening digital communication and security systems. The implementation of risk management has been proven not only to impact risk control but also to strengthen governance, increase consumer trust, and support Uniquelymozdaily's business sustainability amidst the competitive creative fashion industry.*

**Keywords:** Risk Management, ISO 31000, Creative Fashion Industry, Uniquelymozdaily, Risk Mitigation.

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan manajemen risiko berbasis ISO 31000:2018 pada industri fashion kreatif dengan studi kasus pada Uniquelymozdaily. Penerapan manajemen risiko menjadi hal yang krusial dalam menghadapi ketidakpastian pasar, perubahan tren yang cepat, serta risiko operasional dan reputasi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus melalui tahapan identifikasi, analisis, evaluasi, dan mitigasi risiko sesuai dengan prinsip ISO 31000. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Uniquelymozdaily menghadapi enam risiko utama, yaitu keterlambatan bahan baku, gangguan pasokan dari supplier, ketergantungan pada satu platform e-commerce, strategi harga tidak kompetitif, kolaborasi pemasaran yang tidak

efektif, dan *burnout* akibat beban kerja tinggi. Melalui penerapan ISO 31000, perusahaan mampu mengimplementasikan strategi mitigasi seperti diversifikasi pemasok, pemantauan tren secara berkala, serta penguatan sistem komunikasi dan keamanan digital. Penerapan manajemen risiko terbukti tidak hanya berpengaruh pada pengendalian risiko, tetapi juga memperkuat tata kelola, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta mendukung keberlanjutan bisnis Uniquelymozdaily di tengah persaingan industri fashion kreatif.

**Kata kunci:** Manajemen Risiko, ISO 31000, Industri Fashion Kreatif, Uniquelymozdaily, Mitigasi Risiko.

**Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:**

Dea Wisnu Ramdani, Ari Assrishan Sos Mantoro, Zaid Abdul Hamid, Fajar, & Alfiana. (2025). Penerapan Manajemen Risiko Berbasis ISO 31000 pada Industri Fashion Kreatif: Studi Kasus Brand Uniquelymozdaily. Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi, 1(4), 2287-2309. <https://doi.org/10.63822/6ehwd060>

## PENDAHULUAN

Industri kreatif merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, sektor fashion berkontribusi sebesar 17,8% terhadap total Produk Domestik Bruto (PDB). Ekonomi kreatif nasional menjadikannya salah satu pilar utama dalam menciptakan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi nasional. Namun, perkembangan pesat sektor fashion kreatif juga diiringi oleh tingginya tingkat ketidakpastian pasar, perubahan tren yang cepat, persaingan global, serta risiko dalam rantai pasok dan kualitas produksi.

Dalam konteks tersebut, penerapan manajemen risiko menjadi aspek krusial bagi keberlanjutan usaha fashion kreatif. Menurut *International Organization for Standardization* (ISO), manajemen risiko adalah proses sistematis dalam mengidentifikasi, menilai, dan mengendalikan risiko yang dapat memengaruhi pencapaian tujuan perusahaan. ISO 31000:2018 memberikan kerangka kerja yang dapat diterapkan pada berbagai jenis perusahaan untuk memastikan bahwa pengelolaan risiko menjadi bagian integral dari tata kelola dan budaya perusahaan Beaudet. (1995).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Lalonde and Boiral. (2012), disebutkan bahwa penerapan ISO 31000 mampu meningkatkan ketahanan perusahaan terhadap ketidakpastian dan memperkuat kemampuan pengambilan keputusan berbasis data risiko. Prinsip-prinsip utama ISO 31000 seperti integrasi, struktur, penyesuaian konteks, dan perbaikan berkelanjutan menjadi fondasi penting dalam memastikan keberhasilan implementasi kerangka manajemen risiko di berbagai sektor, termasuk industri kreatif.

Namun, banyak pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) di sektor fashion belum sepenuhnya memahami atau menerapkan manajemen risiko secara formal. Sebagian besar masih berfokus pada inovasi desain dan strategi pemasaran, sementara potensi risiko seperti: operasional, finansial, maupun strategis seringkali diabaikan. Penelitian oleh Athuraliyage, N.M. and 2Liyanage. (2023), pada industri apparel di Sri Lanka menunjukkan bahwa pengelolaan risiko yang tidak terstruktur dapat menurunkan efisiensi produksi dan stabilitas finansial perusahaan.

Brand Uniquelymozdaily sebagai salah satu pelaku fashion kreatif lokal menghadapi tantangan serupa. Dengan fokus pada produk busana perempuan bergaya feminin dan elegan, Uniquelymozdaily beroperasi di pasar yang sangat bergantung pada tren, preferensi konsumen, serta konsistensi kualitas. Risiko dapat muncul dari berbagai aspek seperti keterlambatan pasokan bahan, ketidaksesuaian desain dengan selera pasar, hingga risiko reputasi akibat kualitas produk. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan manajemen risiko yang sistematis untuk menjaga keberlanjutan dan daya saing di tengah dinamika industri fashion.

Penerapan ISO 31000 diharapkan dapat membantu Uniquelymozdaily dalam mengidentifikasi potensi risiko secara komprehensif, menilai dampak serta probabilitasnya, dan menentukan langkah mitigasi yang efektif. Selain itu, pendekatan ini juga dapat memperkuat tata kelola usaha dan meningkatkan kepercayaan konsumen melalui transparansi dan konsistensi manajemen.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis penerapan manajemen risiko berbasis ISO 31000 pada Uniquelymozdaily, serta mengevaluasi sejauh mana efektivitasnya dalam menghadapi risiko seperti: operasional, strategis, dan reputasional di industri fashion kreatif. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi empiris terhadap literatur manajemen risiko di

sektor kreatif, serta menjadi acuan bagi pelaku usaha sejenis dalam membangun sistem manajemen risiko yang adaptif dan berkelanjutan.

## KAJIAN TEORITIS

### Manajemen Risiko

Manajemen risiko adalah proses yang dilakukan untuk mengidentifikasi, menganalisis, mengevaluasi, dan mengendalikan risiko yang dapat memengaruhi pencapaian tujuan perusahaan. Purdy. (2010), menyatakan bahwa manajemen risiko bukan sekadar aktivitas teknis, melainkan bagian integral dari tata kelola dan pengambilan keputusan strategis perusahaan. Sementara itu, *Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission* (COSO) menjelaskan bahwa manajemen risiko mencakup penetapan tujuan strategis, identifikasi kejadian potensial, penilaian risiko, tanggapan risiko, serta pemantauan dan pelaporan yang berkelanjutan. Kedua kerangka ini sama-sama menekankan pentingnya mengintegrasikan manajemen risiko ke dalam seluruh proses perusahaan untuk menciptakan nilai dan keberlanjutan jangka panjang.

### ISO 31000

ISO 31000 merupakan standar untuk memberikan pedoman umum dalam penerapan manajemen risiko pada berbagai jenis perusahaan. Standar ini pertama kali diterbitkan pada tahun 2009 dan diperbarui pada tahun 2018 agar lebih sesuai dengan dinamika bisnis global yang kompleks. ISO 31000 menekankan tiga komponen utama, yaitu prinsip-prinsip (principles), kerangka kerja (framework), dan proses (process) manajemen risiko. Prinsip utama dalam standar ini meliputi integrasi, struktur, kontekstualisasi, inklusivitas, dinamis, berbasis informasi terbaik, serta perbaikan berkelanjutan Beaudet. (1995). Dengan menerapkan ISO 31000, perusahaan diharapkan dapat mengenali sumber risiko, mengevaluasi dampak dan probabilitasnya, serta mengelola risiko tersebut secara efektif untuk mendukung pencapaian tujuan strategis.

### Fashion Kreatif

Industri fashion kreatif memiliki karakteristik yang unik karena bergantung pada kreativitas, tren budaya, dan preferensi konsumen yang sangat fluktuatif. Aspers and Skov. (2006), menyatakan bahwa ketidakpastian terbesar dalam industri fashion berasal dari *cultural uncertainty*, yaitu ketidakpastian bagaimana produk akan diterima oleh masyarakat dan bagaimana tren berkembang dari waktu ke waktu. Selain ketidakpastian pasar, pelaku fashion kreatif juga menghadapi risiko operasional, seperti keterlambatan produksi, penurunan kualitas, reputasi, serta gangguan distribusi. Athuraliyage and Liyanage. (2024), menemukan bahwa perusahaan apparel yang tidak memiliki sistem manajemen risiko yang jelas cenderung mengalami ketidakefisienan dalam operasional dan penurunan kinerja finansial.

Sementara itu, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menegaskan bahwa sektor fashion merupakan penyumbang terbesar kedua terhadap ekonomi kreatif Indonesia, dengan kontribusi mencapai 17,8% terhadap total produk domestik bruto PDB ekonomi kreatif nasional. Faktor yang paling

menentukan keberhasilan sektor ini adalah kemampuan adaptasi terhadap perubahan tren dan penerapan strategi manajerial yang efisien.

### Uniquelymozdaily

Brand Uniquelymozdaily merupakan salah satu pelaku usaha di bidang fashion kreatif yang berfokus pada pakian wanita keunikan produk ini terletak pada kemampuan brand dalam menggabungkan unsur tradisional dan modern melalui material dan desain yang mengikuti tren terkini. Dalam perspektif manajemen risiko, Uniquelymozdaily menghadapi berbagai risiko seperti fluktuasi harga bahan baku, keterlambatan pasokan, perubahan tren fashion, hingga risiko reputasi digital akibat persaingan ketat di platform e-commerce. Penerapan ISO 31000 dapat membantu brand ini dalam melakukan proses *risk identification*, *risk assessment*, dan *risk treatment* secara sistematis agar dapat meminimalisir potensi kerugian dan meningkatkan ketahanan bisnis.

Selain itu, strategi kreatif yang diterapkan oleh Uniquelymozdaily memperlihatkan pemahaman mendalam terhadap pasar fashion wanita modern yang mengutamakan kenyamanan, keanggunan, dan eksklusivitas. Hal ini memperkuat posisinya sebagai brand lokal yang kompetitif di tengah maraknya produk fast fashion impor. Dengan demikian, pengelolaan risiko yang terintegrasi dengan inovasi produk menjadi kunci keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

### Analisi SWOT

Analisis SWOT merupakan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi Kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Weaknesses*), Peluang (*Opportunities*), dan Ancaman (*Threats*) dalam suatu perusahaan. Menurut Gurel. (2017) analisis SWOT membantu perusahaan atau perusahaan dalam memahami faktor internal dan eksternal yang dapat memengaruhi kinerja dan arah strategis perusahaan. Dalam konteks Uniquelymozdaily sebagai brand fashion kreatif, analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi posisi strategis perusahaan serta mendukung penerapan manajemen risiko berbasis ISO 31000 secara tepat dan efektif.

#### 1. Strengths (Kekuatan)

Kekuatan merupakan faktor internal yang memberikan keunggulan kompetitif bagi Uniquelymozdaily. Brand ini memiliki identitas yang kuat sebagai fashion lokal dengan desain feminin, elegan, sehingga mudah dikenali oleh pasar sasaran. Selain itu, Uniquelymozdaily memiliki basis pelanggan yang loyal di segmen fashion wanita muda yang menghargai estetika dan kenyamanan produk. Keunggulan lain terletak pada kemampuan desain orisinal dan penggunaan bahan berkualitas, yang menjadi nilai tambah di tengah maraknya produk fast fashion impor. Menurut penelitian oleh Kapferer. (2017) brand dengan diferensiasi gaya dan kualitas memiliki posisi kompetitif lebih tinggi dibanding pesaing dengan strategi harga. Kekuatan utama ini menjadi modal penting dalam implementasi ISO 31000 karena mendukung integrasi budaya risiko ke dalam aktivitas kreatif dan operasional perusahaan.

#### 2. Weaknesses (Kelemahan)

Kelemahan utama yang dihadapi oleh Uniquelymozdaily adalah minimnya sistem formal dalam pengelolaan risiko dan tata kelola perusahaan. Sebagai usaha mikro menengah di sektor kreatif,

perusahaan cenderung berfokus pada inovasi produk dan pemasaran digital tanpa perencanaan risiko yang terstruktur. Selain itu, keterbatasan modal kerja dan sumber daya manusia menyebabkan perusahaan sulit melakukan diversifikasi pasokan atau memperluas produksi dalam skala besar. Menurut Arasti, Zandi, and Bahmani. (2014), banyak usaha kecil di sektor kreatif yang gagal tumbuh karena tidak memiliki sistem mitigasi risiko yang baik, terutama terhadap ketidakpastian pasar dan perubahan tren. Kelemahan ini menunjukkan pentingnya penerapan kerangka ISO 31000 untuk mengidentifikasi risiko lebih awal, melakukan analisis yang sistematis, dan mengembangkan strategi pencegahan jangka panjang.

### 3. Opportunities (Peluang)

Peluang bagi Uniquelymozdaily sangat terbuka lebar seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk fashion lokal dan berkelanjutan (*sustainable fashion*). Tren global menunjukkan adanya pergeseran preferensi konsumen dari produk massal menuju produk yang memiliki nilai orisinalitas dan etika produksi. Menurut Amed et al. (2023), konsumen muda di Asia semakin memprioritaskan produk lokal dengan desain autentik sebagai bagian dari identitas sosial mereka. Selain itu, perkembangan platform e-commerce dan media sosial memberikan peluang besar bagi brand lokal untuk memperluas jangkauan pasar tanpa investasi besar dalam infrastruktur fisik. Dengan mengelola risiko digital dan reputasi melalui pendekatan ISO 31000, Uniquelymozdaily dapat memanfaatkan peluang ini secara optimal untuk memperkuat eksistensinya di pasar lokal maupun global.

### 4. Threats (Ancaman)

Ancaman eksternal yang dihadapi oleh Uniquelymozdaily berasal dari tingginya persaingan industri fashion lokal dan internasional, serta perubahan tren mode yang sangat cepat. Brand global seperti Zara, H&M, dan Uniqlo memiliki keunggulan dalam rantai pasok dan harga, yang dapat menekan posisi brand lokal di pasar menengah. Selain itu, volatilitas ekonomi dan kenaikan harga bahan baku juga dapat meningkatkan biaya produksi dan menurunkan margin keuntungan. Menurut penelitian oleh Christopher, Peck, and Towill. (2006), ketidakstabilan rantai pasok dan permintaan merupakan risiko dominan yang dapat menurunkan performa perusahaan fashion secara signifikan. Dengan demikian, penerapan ISO 31000 berfungsi untuk membantu Uniquelymozdaily mengantisipasi ancaman eksternal secara sistematis, seperti membangun strategi mitigasi, manajemen pemasok alternatif, serta pemantauan risiko pasar berbasis data.

Berdasarkan hasil analisis SWOT, dapat disimpulkan bahwa Uniquelymozdaily memiliki modal kekuatan internal yang kuat berupa diferensiasi desain dan loyalitas pelanggan, namun masih perlu memperkuat aspek tata kelola dan mitigasi risiko. Kerangka ISO 31000 berperan sebagai sistem yang mampu mengintegrasikan analisis SWOT ke dalam proses manajemen risiko, membantu pengambilan keputusan berbasis data, meningkatkan kemampuan adaptif brand terhadap dinamika pasar fashion kreatif. Dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang secara maksimal serta mengurangi kelemahan dan ancaman, Uniquelymozdaily dapat membangun fondasi manajemen risiko yang berkelanjutan, sekaligus memperkuat posisi kompetitif di industri fashion kreatif Indonesia.



## Matriks Manajemen Risiko

Tingkat risiko dapat diukur melalui matriks risiko yang diperoleh dari peristiwa yang mungkin saja terjadi. Matriks risiko memiliki bentuk dan ukuran yang berbeda, yaitu matriks 3x3 dan 5x5. Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan matriks 5x5. Matriks risiko 5x5 yaitu matriks penilaian risiko berisi seperangkat nilai probabilitas dan tingkat keparahan bahaya.

### 1. Kriteria Probabilitas (Kemungkinan Terjadi)

Kriteria probabilitas merupakan parameter yang digunakan untuk menilai sejauh mana suatu peristiwa risiko memiliki peluang untuk terjadi dalam periode waktu tertentu. Penilaian ini berfungsi untuk mengukur frekuensi potensial berdasarkan kondisi operasional, pola kejadian historis, serta faktor lingkungan yang relevan.

**Tabel 1. Kriteria Probabilitas**

Nilai	Kategori	Deskripsi
1	Jarang Sekali	Probabilitas terjadinya peristiwa ini sangat rendah; praktis Mustahil untuk terjadi dalam kondisi operasional standar.
2	Jarang	Peristiwa ini memiliki kemungkinan untuk terjadi, namun hanya Sese kali pada periode waktu tertentu atau dalam kondisi yang tidak biasa.
3	Sedang	Terdapat Kemungkinan yang wajar bahwa peristiwa ini dapat terjadi. Intensitas kemungkinan terjadinya berada pada skala menengah.
4	Sering	Peristiwa ini sangat mungkin terjadi. Intensitas kemungkinan terjadinya tergolong tinggi dalam jangka waktu yang relatif pendek.
5	Hampir Pasti	Peristiwa ini diperkirakan akan terjadi atau hampir pasti terjadi dalam sebagian besar siklus operasional.

(Sumber: Data diolah Peneliti, 2025)

### 2. Kriteria keparahan (Dampak/Konsekuensi)

Kriteria keparahan mengacu pada tingkat kerugian atau konsekuensi negatif yang dapat timbul apabila suatu risiko terjadi. Penilaian dampak mencakup berbagai dimensi, seperti kerugian finansial, gangguan operasional, penurunan reputasi, hingga implikasi hukum dan keselamatan, tergantung pada karakteristik perusahaan dan jenis risikonya.

**Tabel 2. Kriteria keparahan**

Nilai	Kategori	Deskripsi
1	Insignificant	Dampak risiko dapat dikendalikan sepenuhnya tanpa menimbulkan kerugian operasional atau finansial yang berarti.

2	Minor	Dampak risiko tergolong kecil. Membutuhkan upaya penanganan yang minimal, tanpa mengganggu keberlanjutan fungsi inti secara signifikan.
3	Sedang	Bahaya berpotensi menempatkan perusahaan pada posisi terancam ringan dan memerlukan alokasi sumber daya terencana untuk mitigasi.
4	Mayor	Bahaya umumnya dapat menyebabkan terhambatnya sebagian besar operasi utama dan menimbulkan kerugian material yang substansial.
5	Kritis	Dampaknya menyebabkan kegagalan operasional total, kerugian finansial yang parah, dan berpotensi membahayakan eksistensi atau reputasi fundamental perusahaan.

(Sumber: Data diolah Peneliti, 2025)

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus, yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam penerapan manajemen risiko berbasis ISO 31000 pada Uniquelymozdaily sebagai salah satu pelaku industri fashion kreatif di Indonesia. Menurut Creswell, John. (2017), penelitian kualitatif digunakan untuk memahami fenomena dalam konteks alamiah dengan menafsirkan makna yang berkaitan dengan pengalaman subjek penelitian.

Pendekatan studi kasus dipilih karena penelitian ini fokus pada analisis mendalam terhadap Uniquelymozdaily untuk memahami dinamika penerapan manajemen risiko dalam konteks bisnis kreatif lokal. Sejalan dengan pendapat Yin, Robert K. (2003), studi kasus merupakan metode efektif untuk menjelaskan “bagaimana” dan “mengapa” suatu fenomena terjadi di lingkungan nyata.

### Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada brand fashion lokal Uniquelymozdaily, yang beroperasi secara daring (online) di wilayah Kota Bandung, Jawa Barat. Pemilihan lokasi didasarkan pada pertimbangan bahwa Bandung merupakan pusat industri fashion kreatif nasional yang memiliki ekosistem kuat dalam hal desain, produksi, dan pemasaran produk lokal. Subjek penelitian meliputi: Pemilik brand, manajer operasional, staf produksi dan pemasaran. Responden tersebut dipilih karena memiliki keterlibatan langsung dalam pengambilan keputusan strategis dan implementasi risiko operasional.

### Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan tiga teknik utama pengumpulan data, yaitu:

1. Wawancara Mendalam (In-Depth Interview)  
Dilakukan secara semi-terstruktur kepada pemilik dan staf Uniquelymozdaily untuk menggali pemahaman mereka terhadap risiko bisnis dan penerapan standar ISO 31000.
2. Observasi Lapangan  
Mengamati langsung aktivitas operasional seperti proses produksi, pengelolaan bahan baku,

Penerapan Manajemen Risiko Berbasis ISO 31000 pada Industri Fashion Kreatif:  
Studi Kasus Brand Uniquelymozdaily  
(Ramdani, et al.)



strategi pemasaran digital, dan sistem kontrol mutu.

### 3. Studi Dokumentasi

Mengumpulkan dokumen internal seperti laporan produksi, data penjualan, serta catatan masalah operasional yang berkaitan dengan risiko bisnis. Menurut Soldana, Matthew. (2019), penggunaan kombinasi metode ini memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang kaya dan holistik terhadap fenomena yang diteliti.

## Teknik Analisis Data

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu implementasi manajemen risiko dengan framework ISO 31000 yang sudah terstandarisasi internasional. Terdapat 4 langkah yang akan dilalui untuk memperoleh hasil yang sesuai, diantaranya:

### 1. Identifikasi Risiko

Identifikasi risiko adalah tahap awal yang penting untuk pengumpulan data dan informasi yang relevan untuk mengidentifikasi berbagai risiko yang mungkin dihadapi oleh perusahaan Ismawati et al, (2023). Pada proses ini, identifikasi risiko dilakukan dengan menentukan probabilitas risiko terbaik yang mungkin saja terjadi pada Uniquelymozdaily dengan perolehannya yang lebih bersifat subjektif berdasarkan pengalaman selama bisnis berlangsung.

### 2. Analisis Risiko

Langkah selanjutnya yaitu memberikan penilaian terhadap risiko dan dampak untuk mengukur tingkat kemungkinan risiko dapat terjadi berdasarkan 5 kriteria yang terdiri dari, jarang sekali, jarang, sedang, sering, dan hampir pasti. Untuk menilai dampak dari risiko yang terjadi dapat diperoleh berdasarkan 5 kriteria yang terdiri dari, insignificant, minor, sedang, mayor, kritis.

### 3. Evaluasi Risiko

Pada langkah ini, risiko yang sudah diidentifikasi dan dianalisa perlu ditentukan mana saja risiko yang membutuhkan perlakuan khusus atau hanya perlu dipantau saja. Proses ini akan membantu dalam menentukan perlakuan risiko yang sesuai sebagai saran bagi Uniquelymozdaily.

### 4. Perlakuan Risiko

Tahap perlakuan risiko merupakan proses penetapan dan penerapan strategi yang paling tepat untuk mengelola setiap risiko yang telah diidentifikasi, dianalisis, dan dievaluasi. Pada tahap ini, perusahaan menentukan langkah-langkah pengendalian yang bertujuan untuk menurunkan tingkat kemungkinan maupun dampak risiko sehingga berada dalam batas toleransi yang dapat diterima oleh Uniquelymozdaily.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Identifikasi Risiko

Berikut adalah identifikasi risiko yang diklasifikasikan berdasarkan jenis risikonya, yaitu risiko produksi, risiko pemasaran, risiko keuangan, risiko sumber daya manusia, dan risiko hukum pada Uniquelymozdaily. Tersaji pada tabel 3 dibawah.

**Tabel 3. Identifikasi Risiko**

Kategori Risiko	ID	Jenis Risiko
Produksi	P1	keterlambatan bahan baku
	P2	Cacat produk akibat human error
	P3	Kerusakan mesin jahit
	P4	Salah pemotongan kain ( <i>cutting error</i> )
	P5	Ketidaksesuaian warna bahan
	P6	Pengemasan tidak sesuai standar
	P7	Kegagalan proses finishing
	P8	Kelebihan atau kekurangan stok bahan
	P9	Ketidaksesuaian ukuran produk
	P10	Gangguan pasokan dari supplier
Pemasaran	P11	Penurunan engagement media sosial
	P12	Kegagalan kampanye digital
	P13	Konten promosi tidak menarik
	P14	Citra merek melemah akibat ulasan negatif
	P15	Ketergantungan pada satu platform e-commerce
	P16	Kesalahan komunikasi promosi
	P17	Keterlambatan respon pelanggan
	P18	Kurangnya riset pasar
	P19	Strategi harga tidak kompetitif
	P20	Kolaborasi pemasaran yang tidak efektif
Keuangan	P21	Fluktuasi harga bahan baku
	P22	Kenaikan biaya logistik
	P23	Keterlambatan pembayaran pelanggan
	P24	Penurunan margin laba
	P25	Tidak efisiennya arus kas
	P26	Kesalahan pencatatan transaksi
	P27	Overbudget produksi
	P28	Kurangnya kontrol terhadap pengeluaran
	P29	Ketergantungan pada penjualan musiman
	P30	Tidak adanya cadangan dana darurat
Sumber Daya Manusia	P31	Turnover karyawan tinggi
	P32	Kurangnya tenaga kerja terampil
	P33	Rendahnya disiplin kerja
	P34	Konflik antarpegawai
	P35	Keterbatasan pelatihan keterampilan
	P36	Absensi tinggi
	P37	Rendahnya motivasi kerja

Reputasi dan Hukum	P38	Ketidaksesuaian pembagian tugas
	P39	Tidak adanya sistem penilaian kinerja
	P40	Burnout akibat beban kerja tinggi
	P41	Pelanggaran hak cipta desain
	P42	Kerjasama tanpa kontrak resmi
	P43	Penggunaan bahan non-sustainable
	P44	Informasi negatif di media sosial
	P45	Ketidaksesuaian izin usaha
	P46	Pelanggaran etika bisnis
	P47	Kebocoran data pelanggan
	P48	Ketidakpatuhan terhadap peraturan perdagangan
	P49	Kritik publik terhadap layanan pelanggan
	P50	Keterlambatan tanggapan atas isu publik

(Sumber: Data diolah Peneliti, 2025)

Dari risiko yang sudah diidentifikasi, langkah berikutnya yaitu mengidentifikasi dampak seperti apa yang akan terjadi dari setiap peristiwa yang sudah diidentifikasi pada proses pencapaian tujuan Uniquelymozdaily. Tersaji dalam tabel 4 dibawah ini

**Tabel 4. Identifikasi Dampak Risiko**

ID	Jenis Risiko	Dampak Risiko
P1	keterlambatan bahan baku	Produksi tertunda, keterlambatan pengiriman ke pelanggan.
P2	Cacat produk akibat human error	Meningkatnya produk retur dan menurunnya kepuasan pelanggan.
P3	Kerusakan mesin jahit	Menghambat proses produksi dan menambah biaya perbaikan.
P4	Salah pemotongan kain ( <i>cutting error</i> )	Pemborosan bahan dan waktu kerja.
P5	Ketidaksesuaian warna bahan	Produk gagal jual karena tidak sesuai permintaan pelanggan.
P6	Pengemasan tidak sesuai standar	Penurunan citra profesional dan potensi kerusakan produk saat pengiriman.
P7	Kegagalan proses finishing	Produk cacat dan tidak dapat dijual kembali.
P8	Kelebihan atau kekurangan stok bahan	Gangguan arus kas dan risiko bahan tidak terpakai.

P9	Ketidaksesuaian ukuran produk	Pengembalian produk oleh pelanggan dan kehilangan kepercayaan.
P10	Gangguan pasokan dari supplier	Menghambat proses produksi dan menunda pesanan besar.
P11	Penurunan engagement media sosial	Turunnya jangkauan promosi dan penurunan penjualan online.
P12	Kegagalan kampanye digital	Anggaran promosi terbuang tanpa hasil penjualan.
P13	Konten promosi tidak menarik	Menurunnya minat pelanggan dan engagement rendah.
P14	Citra merek melemah akibat ulasan negatif	Penurunan reputasi merek dan kepercayaan konsumen.
P15	Ketergantungan pada satu platform e-commerce	Risiko besar jika platform mengalami gangguan atau kebijakan berubah.
P16	Kesalahan komunikasi promosi	Informasi salah dapat menimbulkan kebingungan pelanggan.
P17	Keterlambatan respon pelanggan	Pelanggan berpindah ke kompetitor.
P18	Kurangnya riset pasar	Produk tidak sesuai tren pasar dan sulit bersaing.
P19	Strategi harga tidak kompetitif	Kehilangan pangsa pasar karena harga terlalu tinggi.
P20	Kolaborasi pemasaran yang tidak efektif	Penjualan tidak meningkat meskipun biaya promosi besar.
P21	Fluktuasi harga bahan baku	Kenaikan biaya produksi menurunkan margin laba.
P22	Kenaikan biaya logistik	Biaya operasional meningkat dan harga jual naik.
P23	Keterlambatan pembayaran pelanggan	Gangguan arus kas dan keterlambatan modal kerja.
P24	Penurunan margin laba	Penurunan keuntungan perusahaan.
P25	Tidak efisiennya arus kas	Kesulitan dalam perencanaan keuangan dan pengeluaran rutin.
P26	Kesalahan pencatatan transaksi	Laporan keuangan tidak akurat dan potensi audit negatif.
P27	Overbudget produksi	Biaya produksi membengkak melebihi perencanaan.
P28	Kurangnya kontrol terhadap pengeluaran	Pemborosan dan ketidakefisienan keuangan.

P29	Ketergantungan pada penjualan musiman	Pendapatan tidak stabil sepanjang tahun.
P30	Tidak adanya cadangan dana darurat	Perusahaan sulit bertahan di masa krisis mendadak.
P31	Turnover karyawan tinggi	Gangguan operasional karena pelatihan ulang tenaga baru.
P32	Kurangnya tenaga kerja terampil	Produktivitas menurun dan kualitas produk tidak konsisten.
P33	Rendahnya disiplin kerja	Menurunkan efisiensi waktu kerja dan produktivitas.
P34	Konflik antarpegawai	Gangguan kerja tim dan suasana kerja negatif.
P35	Keterbatasan keterampilan pelatihan	SDM kurang kompeten menghadapi tren baru.
P36	Absensi tinggi	Target produksi tidak tercapai dan beban kerja meningkat.
P37	Rendahnya motivasi kerja	Produktivitas menurun dan output tidak maksimal.
P38	Ketidaksesuaian pembagian tugas	Ketidakseimbangan beban kerja dan kinerja tim menurun.
P39	Tidak adanya sistem penilaian kinerja	SDM tidak termotivasi dan sulit mengukur performa.
P40	Burnout akibat beban kerja tinggi	Kinerja menurun dan risiko turnover meningkat.
P41	Pelanggaran hak cipta desain	Kerugian hukum dan reputasi merek menurun.
P42	Kerjasama tanpa kontrak resmi	Potensi sengketa bisnis atau kerugian kerja sama.
P43	Penggunaan bahan non-sustainable	Citra merek buruk di kalangan konsumen sadar lingkungan.
P44	Informasi negatif di media sosial	Turunnya kepercayaan publik terhadap merek.
P45	Ketidaksesuaian izin usaha	Risiko sanksi hukum dan penutupan usaha.
P46	Pelanggaran etika bisnis	Reputasi perusahaan rusak dan kehilangan mitra bisnis.
P47	Kebocoran data pelanggan	Hilangnya kepercayaan pelanggan dan ancaman hukum.

P48	Ketidakpatuhan terhadap peraturan perdagangan	Denda dan hambatan dalam operasional bisnis.
P49	Kritik publik terhadap layanan pelanggan	Citra merek terganggu dan kehilangan loyalitas pelanggan.
P50	Keterlambatan tanggapan atas isu publik	Reputasi terganggu dan krisis komunikasi meningkat.

(Sumber: Data diolah Peneliti, 2025)

## 2. Analisis Risiko

Analisis risiko merupakan tahapan yang bertujuan untuk menilai tingkat risiko melalui pengukuran likelihood (kemungkinan terjadinya peristiwa risiko) dan impact (besarnya dampak yang ditimbulkan). Dalam penelitian ini, tingkat risiko dihitung dengan menggunakan formula **Level Risiko = Likelihood × Impact**, kemudian diklasifikasikan berdasarkan standar kategori pada tabel penilaian risiko.

**Tabel 5. Level Risiko**

Level Risiko = Likelihood x Impact		
Nilai		Kategori Risiko
1-5		Rendah
6-10		Sedang
11-15		Tinggi
16-25		Sangat Tinggi

(Sumber: Data diolah Peneliti, 2025)

**Tabel 6. Penilaian Likelihood dan Impact**

ID	Jenis Risiko	Likelihood (1-5)	Impact (1-5)	Level Risiko (LxI)
P1	keterlambatan bahan baku	4	4	16
P2	Cacat produk akibat human error	3	4	12
P3	Kerusakan mesin jahit	3	5	15
P4	Salah pemotongan kain ( <i>cutting error</i> )	3	3	9
P5	Ketidaksesuaian warna bahan	3	4	12
P6	Pengemasan tidak sesuai standar	2	3	6



P7	Kegagalan proses finishing	3	4	12
P8	Kelebihan atau kekurangan stok bahan	4	3	12
P9	Ketidaksesuaian ukuran produk	3	4	12
P10	Gangguan pasokan dari supplier	4	4	16
P11	Penurunan engagement media sosial	4	3	12
P12	Kegagalan kampanye digital	3	4	12
P13	Konten promosi tidak menarik	3	3	9
P14	Citra merek melemah akibat ulasan negatif	3	5	15
P15	Ketergantungan pada satu platform e-commerce	4	4	16
P16	Kesalahan komunikasi promosi	3	4	12
P17	Keterlambatan respon pelanggan	3	3	9
P18	Kurangnya riset pasar	3	4	12
P19	Strategi harga tidak kompetitif	4	4	16
P20	Kolaborasi pemasaran yang tidak efektif	4	4	16
P21	Fluktuasi harga bahan baku	3	5	15
P22	Kenaikan biaya logistik	3	4	12
P23	Keterlambatan pembayaran pelanggan	2	4	8
P24	Penurunan margin laba	3	5	15
P25	Tidak efisiennya arus kas	3	4	12
P26	Kesalahan pencatatan transaksi	2	4	8

P27	Overbudget produksi	3	4	12
P28	Kurangnya kontrol terhadap pengeluaran	3	4	12
P29	Ketergantungan pada penjualan musiman	3	3	9
P30	Tidak adanya cadangan dana darurat	3	3	9
P31	Turnover karyawan tinggi	4	3	12
P32	Kurangnya tenaga kerja terampil	3	4	12
P33	Rendahnya disiplin kerja	3	3	9
P34	Konflik antarpegawai	3	3	9
P35	Keterbatasan pelatihan keterampilan	3	3	9
P36	Absensi tinggi	2	5	10
P37	Rendahnya motivasi kerja	3	4	12
P38	Ketidaksesuaian pembagian tugas	3	3	9
P39	Tidak adanya sistem penilaian kinerja	3	4	12
P40	Burnout akibat beban kerja tinggi	4	4	16
P41	Pelanggaran hak cipta desain	3	5	15
P42	Kerjasama tanpa kontrak resmi	2	4	8
P43	Penggunaan bahan non-sustainable	2	4	8
P44	Informasi negatif di media sosial	2	5	10
P45	Ketidaksesuaian izin usaha	2	5	10
P46	Pelanggaran etika bisnis	2	5	10

P47	Kebocoran data pelanggan	2	5	10
P48	Ketidakpatuhan terhadap peraturan perdagangan	2	5	10
P49	Kritik publik terhadap layanan pelanggan	3	4	12
P50	Keterlambatan tanggapan atas isu publik	3	3	9

(Sumber: Data Diolah Peneliti, 2025)

### 3. Evaluasi Risiko

Evaluasi risiko dilakukan untuk menentukan penanganan prioritas berdasarkan tingkat risiko yang diperoleh dari hasil perhitungan  $\text{Likelihood} \times \text{Impact}$ . Pada tahap ini, seluruh risiko yang telah dianalisis kemudian dikelompokkan ke dalam kategori tertentu sesuai dengan nilai level risikonya. Berdasarkan hasil pengolahan data, beberapa risiko berada pada kategori sangat tinggi, tinggi, dan sedang.

**Tabel 7. Pengelompokkan Risiko Berdasarkan Likelihood dengan Impact**

ID	Jenis Risiko	Likelihood (1-5)	Impact (1-5)	Level Risiko (LxI)
P1	keterlambatan bahan baku	4	4	16
P10	Gangguan pasokan dari supplier	4	4	16
P15	Ketergantungan pada satu platform e-commerce	4	4	16
P19	Strategi harga tidak kompetitif	4	4	16
P20	Kolaborasi pemasaran yang tidak efektif	4	4	16
P40	Burnout akibat beban kerja tinggi	4	4	16
P3	Kerusakan mesin jahit	3	5	15
P14	Citra merek melemah akibat ulasan negatif	3	5	15
P21	Fluktuasi harga bahan baku	3	5	15
P24	Penurunan margin laba	3	5	15
P41	Pelanggaran hak cipta desain	3	5	15
P2	Cacat produk akibat human error	3	4	12
P5	Ketidaksesuaian warna bahan	3	4	12
P7	Kegagalan proses finishing	3	4	12
P8	Kelebihan atau kekurangan stok bahan	4	3	12
P9	Ketidaksesuaian ukuran produk	3	4	12
P11	Penurunan engagement media sosial	4	3	12
P12	Kegagalan kampanye digital	3	4	12
P16	Kesalahan komunikasi promosi	3	4	12

P18	Kurangnya riset pasar	3	4	12
P22	Kenaikan biaya logistik	3	4	12
P25	Tidak efisiennya arus kas	3	4	12
P27	Overbudget produksi	3	4	12
P28	Kurangnya kontrol terhadap pengeluaran	3	4	12
P31	Turnover karyawan tinggi	4	3	12
P32	Kurangnya tenaga kerja terampil	3	4	12
P37	Rendahnya motivasi kerja	3	4	12
P39	Tidak adanya sistem penilaian kinerja	3	4	12
P49	Kritik publik terhadap layanan pelanggan	3	4	12
P36	Absensi tinggi	2	5	10
P44	Informasi negatif di media sosial	2	5	10
P45	Ketidaksesuaian izin usaha	2	5	10
P46	Pelanggaran etika bisnis	2	5	10
P47	Kebocoran data pelanggan	2	5	10
P48	Ketidakpatuhan terhadap peraturan perdagangan	2	5	10
P4	Salah pemotongan kain ( <i>cutting error</i> )	3	3	9
P13	Konten promosi tidak menarik	3	3	9
P17	Keterlambatan respon pelanggan	3	3	9
P29	Ketergantungan pada penjualan musiman	3	3	9
P30	Tidak adanya cadangan dana darurat	3	3	9
P33	Rendahnya disiplin kerja	3	3	9
P34	Konflik antarpegawai	3	3	9
P35	Keterbatasan pelatihan keterampilan	3	3	9
P38	Ketidaksesuaian pembagian tugas	3	3	9
P50	Keterlambatan tanggapan atas isu publik	3	3	9
P23	Keterlambatan pembayaran pelanggan	2	4	8
P26	Kesalahan pencatatan transaksi	2	4	8
P42	Kerjasama tanpa kontrak resmi	2	4	8
P43	Penggunaan bahan non-sustainable	2	4	8
P6	Pengemasan tidak sesuai standar	2	3	6

(Sumber: Data diolah Peneliti, 2025)

#### 4. Perlakuan risiko

Tahap perlakuan risiko merupakan proses penentuan strategi yang paling tepat untuk mengurangi tingkat risiko yang telah dievaluasi sebelumnya. Risiko-risiko yang berada pada kategori sangat tinggi dan tinggi memerlukan tindakan mitigasi yang bersifat segera dan terencana agar kemungkinan terjadinya maupun dampak yang ditimbulkannya dapat diminimalkan. Berdasarkan

hasil evaluasi risiko, setiap risiko kemudian diberikan rekomendasi penanganan yang relevan, seperti diversifikasi pemasok, penyediaan *buffer stok*, peningkatan prosedur operasional, maupun penguatan kerja sama dengan pihak terkait. Rekomendasi mitigasi ini disusun untuk memastikan bahwa seluruh risiko dapat dikelola secara efektif serta mendukung keberlangsungan dan pencapaian tujuan perusahaan.

**Tabel 8. Saran Mitigasi risiko**

ID	Jenis Risiko	L x I	Mitigasi Risiko
P1	keterlambatan bahan baku	16	Harus ada diversifikasi supplier dan buffer stock.
P10	Gangguan pasokan dari supplier	16	Siapkan supplier cadangan dan perjanjian SLA.
P15	Ketergantungan pada satu platform e-commerce	16	Diversifikasi platform penjualan.
P19	Strategi harga tidak kompetitif	16	Benchmark harga pesaing dan revisi strategi.
P20	Kolaborasi pemasaran yang tidak efektif	16	Evaluasi mitra kolaborasi dan hasil kampanye.
P40	Burnout akibat beban kerja tinggi	16	Tambah tenaga kerja dan atur jadwal lembur.
P3	Kerusakan mesin jahit	15	Lakukan perawatan rutin dan siapkan cadangan mesin.
P14	Citra merek melemah akibat ulasan negatif	15	Perkuat customer service dan respons cepat.
P21	Fluktuasi harga bahan baku	15	Lakukan kontrak harga jangka menengah dengan pemasok.
P24	Penurunan margin laba	15	Kurangi biaya tidak perlu dan evaluasi harga jual.
P41	Pelanggaran hak cipta desain	15	Daftarkan hak cipta dan pantau plagiarisme.
P2	Cacat produk akibat human error	12	Tingkatkan pelatihan dan quality control.
P5	Ketidaksesuaian warna bahan	12	Gunakan supplier tetap dan kontrol warna sebelum produksi.
P7	Kegagalan proses finishing	12	Buat checklist standar kualitas akhir.
P8	Kelebihan atau kekurangan stok bahan	12	Gunakan sistem inventori otomatis.

P9	Ketidaksesuaian ukuran produk	12	Audit ukuran dan pengawasan di tahap akhir.
P11	Penurunan engagement media sosial	12	Evaluasi strategi konten dan frekuensi posting.
P12	Kegagalan kampanye digital	12	Analisis hasil kampanye dan ubah strategi promosi.
P16	Kesalahan komunikasi promosi	12	Validasi pesan promosi sebelum publikasi.
P18	Kurangnya riset pasar	12	Lakukan survei dan analisis tren rutin.
P22	Kenaikan biaya logistik	12	Negosiasi ulang tarif dan efisiensi pengiriman.
P25	Tidak efisiennya arus kas	12	Gunakan aplikasi cashflow monitoring.
P27	Overbudget produksi	12	Gunakan sistem budgeting dan kontrol biaya ketat.
P28	Kurangnya kontrol terhadap pengeluaran	12	Tinjau laporan keuangan mingguan.
P31	Turnover karyawan tinggi	12	Bangun sistem penghargaan dan retensi karyawan.
P32	Kurangnya tenaga kerja terampil	12	Adakan pelatihan keterampilan teknis.
P37	Rendahnya motivasi kerja	12	Ciptakan lingkungan kerja suportif dan sistem penghargaan.
P39	Tidak adanya sistem penilaian kinerja	12	Bangun sistem KPI dan feedback karyawan.
P49	Kritik publik terhadap layanan pelanggan	12	Tingkatkan kualitas layanan dan komunikasi.
P36	Absensi tinggi	10	Tinjau kebijakan kehadiran dan motivasi kerja.
P44	Informasi negatif di media sosial	10	Siapkan tim manajemen krisis digital.
P45	Ketidaksesuaian izin usaha	10	Lengkapi dokumen legalitas dan perbarui izin.
P46	Pelanggaran etika bisnis	10	Terapkan kode etik dan pengawasan internal.
P47	Kebocoran data pelanggan	10	Gunakan sistem keamanan siber dan enkripsi data.



P48	Ketidakpatuhan terhadap peraturan perdagangan	10	Audit kepatuhan dan pembaruan regulasi.
P4	Salah pemotongan kain ( <i>cutting error</i> )	9	Tingkatkan pengawasan produksi.
P13	Konten promosi tidak menarik	9	Optimalkan desain konten dan riset audiens.
P17	Keterlambatan respon pelanggan	9	Tingkatkan tim customer service dan SOP respon.
P29	Ketergantungan pada penjualan musiman	9	Ciptakan produk non-musiman.
P30	Tidak adanya cadangan dana darurat	9	Siapkan emergency fund minimal 3 bulan operasional.
P33	Rendahnya disiplin kerja	9	Terapkan aturan disiplin dengan tegas.
P34	Konflik antarpegawai	9	Perkuat komunikasi internal dan mediasi.
P35	Keterbatasan pelatihan keterampilan	9	Buat program pelatihan berkala.
P38	Ketidaksesuaian pembagian tugas	9	Tinjau struktur perusahaan dan job desk.
P50	Keterlambatan tanggapan atas isu publik	9	Siapkan tim komunikasi cepat tanggap.
P23	Keterlambatan pembayaran pelanggan	8	Terapkan sistem reminder pembayaran otomatis.
P26	Kesalahan pencatatan transaksi	8	Audit keuangan rutin dan pelatihan akuntansi.
P42	Kerjasama tanpa kontrak resmi	8	Gunakan dokumen kontrak hukum.
P43	Penggunaan bahan non-sustainable	8	Ganti bahan dengan alternatif ramah lingkungan.
P6	Pengemasan tidak sesuai standar	6	Revisi SOP pengemasan dan pelatihan ulang staf.

(Sumber: Data diolah Peneliti, 2025)

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil identifikasi, analisis, dan evaluasi terhadap lima puluh jenis risiko pada Brand Uniquelymozdaily dengan mengacu pada ISO 31000, dapat disimpulkan bahwa perusahaan menghadapi berbagai risiko yang berasal dari aspek operasional, strategis, finansial, dan reputasi. Hasil penilaian menunjukkan bahwa sebagian besar risiko berada pada kategori tinggi, sementara beberapa risiko yang

Penerapan Manajemen Risiko Berbasis ISO 31000 pada Industri Fashion Kreatif:  
Studi Kasus Brand Uniquelymozdaily  
(Ramdani, et al.)

memiliki dampak langsung terhadap keberlangsungan bisnis seperti risiko kualitas produk, keamanan data pelanggan, serta respons terhadap isu publik tergolong sangat tinggi dan membutuhkan prioritas penanganan.

Risiko kualitas produk dan keamanan data pelanggan dinilai sangat tinggi karena berpotensi menimbulkan kerugian reputasi, penurunan kepercayaan pelanggan, serta implikasi hukum. Sementara itu, risiko keterlambatan pengiriman dan keterlambatan respons terhadap isu publik berada pada tingkat tinggi, namun keduanya dapat berkembang menjadi sangat tinggi apabila tidak ditangani secara cepat, terutama dalam konteks industri fashion kreatif yang sangat sensitif terhadap persepsi pelanggan dan dinamika media sosial.

Penerapan manajemen risiko berbasis ISO 31000 memberikan struktur yang sistematis bagi perusahaan untuk melakukan identifikasi, analisis, evaluasi, dan perlakuan risiko secara berkelanjutan. Kerangka ini membantu perusahaan dalam menetapkan tindakan mitigasi yang tepat, memperkuat pengendalian internal, serta meningkatkan ketahanan operasional. Secara keseluruhan, pengelolaan risiko yang efektif dapat mendukung stabilitas bisnis Brand Uniquelymozdaily, menjaga reputasi merek, dan memastikan tercapainya tujuan perusahaan dalam lingkungan industri yang kompetitif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amed, Imran, Achim Berg, Anita Balchandani, Sarah Andre, Sandrine Devillard, Michael Straub, Felix Rolkens, Joelle Grunberg, Janet Kersnar, and Hannah Crump. 2023. "The State of Fashion 2023." *BoF-McKinsey & Company* 144.
- Arasti, Zahra, Fahimeh Zandi, and Neda Bahmani. 2014. "Business Failure Factors in Iranian SMEs: Do Successful and Unsuccessful Entrepreneurs Have Different Viewpoints?" *Journal of Global Entrepreneurship Research* 4(1). doi: 10.1186/s40497-014-0010-7.
- Aspers, Patrik, and Lise Skov. 2006. "Encounters in the Global Fashion Business: Afterword." *Current Sociology* 54(5):802–13. doi: 10.1177/0011392106066817.
- Athuraliyage, N.M. and Liyanage, C. J. 2023. "Enterprise Risk Management Practices and Financial Performance of Apparel Industry in Sri Lanka Abstract The Apparel Industry Plays an Important Role in the Sri Lankan Economy . However , Based on the Previous Literature , Apparel Factories Continuously F." 3(2):80–102.
- Athuraliyage, N. M., and C. J. Liyanage. 2024. "Enterprise Risk Management Practices and Financial Performance of Apparel Industry in Sri Lanka." *International Journal of Accountancy* 3(2):80–102. doi: 10.4038/ija.v3i2.56.
- Beaudet, D. 1995. "Risk Management." *Canadian Operating Room Nursing Journal* 13(3):15–18.
- Christopher, Martin, Helen Peck, and Denis Towill. 2006. "A Taxonomy for Selecting Global Supply Chain Strategies." *The International Journal of Logistics Management* 17(2):277–87. doi: 10.1108/09574090610689998.
- Creswell, John, W. 2017. *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 3rd ed. America: SAGE Publications Asia-Pacific Pte. Ltd.
- Gurel, Emet. 2017. "Swot Analysis: A Theoretical Review." *Journal of International Social Research*

- 10(51):994–1006. doi: 10.17719/jisr.2017.1832.
- Ismawati, Linna, Ririt Dwiputri Permatasari, Rita Zulbetti, Alfiana, Marto Silalahi, Muhamad Ihsan Said Ahmad, Gusti Ngurah Joko Adinegara, Peri Akbar Manaf, Eva Yuniarti Utami, Lily Rahmawati Harahap, and Ahmad Syamil. 2023. *Manajemen Risiko Era Digital*. edited by M. Sianipar. Bandung: CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Kapferer, Jean-Noël. 2017. “The End of Luxury as We Knew It?” *Advances in Luxury Brand Management* 25–41. doi: 10.1007/978-3-319-51127-6\_2.
- Lalonde, Carole, and Olivier Boiral. 2012. “Managing Risks through ISO 31000: A Critical Analysis.” *Risk Management* 14(4):272–300. doi: 10.1057/rm.2012.9.
- Purdy, Grant. 2010. “ISO 31000:2009 - Setting a New Standard for Risk Management: Perspective.” *Risk Analysis* 30(6):881–86. doi: 10.1111/j.1539-6924.2010.01442.x.
- Soldana, Matthew, Huberman. 2019. *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook*. 3rd ed. SAGE Publications, Inc.
- Yin, Robert K. 2003. *Case Study Research: Design and Methods*. Sixth. SAGE Publications, Inc.