



Penerapan Manajemen Risiko Berbasis ISO 31000 Pada Bisnis Glow Chain

Haura Nurul Ilmi¹, Tariza Mega Pratiwi Garini², Naura Rahadhatul Aisy³,
Aulia Silvana⁴, Alfiana⁵

Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Bandung, Kota Bandung,
Indonesia^{1,2,3,4}

*Email : 230313124@umbandung.ac.id, 230313290@umbandung.ac.id, 230313058@umbandung.ac.id ,
230313199@umbandung.ac.id , alfiana.dr@umbandung.ac.id

*Email Korespondensi: 230313124@umbandung.ac.id

Diterima: 20-11-2025 | Disetujui: 30-11-2025 | Diterbitkan: 02-12-2025

ABSTRACT

This qualitative research applies ISO 31000 to analyze risk management in the Glow Chain accessory MSME (custom 3D beaded design products). The identification 25 potential risks (operational, market, financial, and human resources). Four risks are classified as High (e.g., Rapid Changes in Accessory Trend (P9) and errors in Custom Order Fulfillment (P5)). This study proposes specific treatment actions (such a double verification for P5) to minimize the impacts and ensure the business continuity Glow Chain.

Keywords: Risk Management; ISO 31000;; Glow Chain; Accessory.

ABSTRAK

Penelitian kualitatif ini menerapkan ISO 31000 untuk menganalisis manajemen risiko pada UMKM aksesoris Glow Chain (produk desain manik-manik 3D kustom). Identifikasi menemukan 25 potensi risiko (operasional, pasar, keuangan, SDM). Empat risiko sebagai Tingkat Tinggi (misalnya, Perubahan Cepat Tren Aksesoris (P9) dan Kesalahan dalam Pemenuhan Pesanan Custom (P5)). Studi ini mengusulkan tindakan perlakuan spesifik (seperti verifikasi ganda untuk P5) untuk meminimalkan dampak dan menjamin kelangsungan bisnis Glow Chain.

Katakunci: Manajemen Risiko; ISO 31000; Glow Chain; Aksesoris.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Haura Nurul Ilmi, Tariza Mega Pratiwi Garini, Naura Rahadhatul Aisy, Aulia Silvana, & Alfiana. (2025). Penerapan Manajemen Risiko Berbasis ISO 31000 Pada Bisnis Glow Chain. Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi, 1(4), 2802-2817. <https://doi.org/10.63822/cw5x9q28>

PENDAHULUAN

Setiap aktivitas dari usaha yang dilakukan tentunya akan mempunyai potensi risiko, baik risiko kecil maupun risiko besar. Risiko adalah suatu kemungkinan ancaman atau peristiwa yang akibatnya akan menghambat tercapainya suatu tujuan (Lionel et al., 2023). Yang namanya risiko pasti akan selalu ada dalam setiap keputusan dan tindakan sehingga tidak dapat dihilangkan sepenuhnya. Akan tetapi, risiko bisa dikelola agar tidak berdampak besar sehingga patut adanya sistem manajemen risiko yang baik (Hariwibowo, 2022).

Risiko tidak hanya berada di luar bisnis, namun juga bisa berasal dari dalam internal yang dimiliki oleh bisnis itu sendiri. Manajemen risiko merupakan implementasi fungsi dalam mengelola suatu risiko, terutama risiko yang dialami oleh perusahaan, masyarakat, atau bahkan keluarga. Manajemen risiko memungkinkan untuk merespons risiko yang diketahui, meminimalkan risiko yang mungkin timbul kemudian, dan mengembangkan rencana yang tepat untuk mengatasi potensi risiko tersebut (Adi & Susanto, 2017). Tidak hanya muncul pada perusahaan besar, risiko juga muncul pada bidang seperti UMKM. Berbagai macam bentuk permasalahan umum yang sering muncul di UMKM hingga mengakibatkan kebangkrutan adalah disebabkan oleh buruknya pengelolaan keuangan dan kurangnya perencanaan cadangan darurat jika hal-hal buruk yang tidak diinginkan (Tata Fransiska Putri et al., 2023).

Kebanyakan UMKM jarang melakukan pengelolaan risiko dan manajemen strategi dalam menjalankan usahanya. Padahal, manajemen risiko mengemban peranan yang amat krusial guna mengatasi berbagai risiko yang ada, oleh sebab itu masing-masing pelaku usaha harus memiliki suatu sistem manajemen risiko yang baik khususnya pada UMKM. Memang benar bahwa UMKM mempunyai pengaruh yang besar terhadap pembangunan perekonomian di Indonesia sehingga perlu adanya sistem manajemen risiko baik (Jikrillah et al., 2021).

Salah satu bentuk UMKM yang berkembang dengan pesat sekarang ini adalah pada toko kelontong. Pada penelitian ini, penulis memilih sebuah bisnis aksesoris yang bernama “Glow Chain” yang didirikan oleh mahasiswa sebagai sasaran observasi. Bisnis aksesoris yang dijalankan mahasiswa ini merupakan usaha dengan teman-teman kampusnya. Mahasiswa tersebut terkadang menghadapi risiko dalam menjalankan usahanya. Risiko melekat pada setiap jenis aktivitas dan semua fungsi bisnis. Istilah risiko dalam persepektif yang lebih luas menggambarkan aktivitas di masa depan yang tidak pasti, bisa positif maupun negatif (Mitter et al., 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis berbagai risiko yang mungkin ada beserta dengan strategi yang harus diterapkan oleh bisnis Glow Chain dalam menangani risiko tersebut. Identifikasi pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan matriks risiko berdasarkan tingkat frekuensi (likelihood) dan dampak (impact). Diharapkan dengan adanya analisis manajemen risiko ini dapat mengurangi dampak risiko dalam bisnis Glow Chain.

KAJIAN TEORITIS

UMKM

UMKM adalah kepanjangan dari Usaha, Mikro, Kecil, Menengah (Jesslyn et al., 2022). Dengan kata lain, UMKM merupakan suatu badan usaha yang dipraktikkan secara perorangan, rumah tangga, atau usaha kecil. Keberadaan UMKM cukup penting dalam kehidupan bermasyarakat. Keberadaan dari UMKM

ini sangat bermanfaat dalam hal memperoleh pendapatan dari sebagian masyarakat. Tak hanya itu, UMKM juga berperan penting dalam perekonomian nasional (As Sajjad et al., 2020). Dengan adanya UMKM angka pengangguran di Indonesia dapat diminimalisir dengan menciptakan lapangan kerja sendiri (Suhartini, 2021).

Risiko

Risiko merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari faktor pertumbuhan dari suatu organisasi/perusahaan, entah bersumber dari faktor internal maupun eksternal. Definisi risiko juga telah dikemukakan berbagai macam literatur, namun semuanya memiliki arti yang sama yakni ketidakpastian. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) risiko adalah akibat yang kurang menyenangkan (merugikan, membahayakan) dari suatu perbuatan atau tindakan. Risiko dapat dipandang sebagai kombinasi dari ancaman dan peluang, yang berkaitan dengan ketidakpastian dan potensi dampaknya pada tujuan proyek (Pritchard, 2015).

Manajemen Risiko

Manajemen Risiko adalah sebuah proses yang dilakukan oleh dewan direksi, manajemen personil lainnya, diterapkan dalam penetapan strategi dan di seluruh perusahaan, yang dirancang untuk mengidentifikasi kejadian potensial yang dapat mempengaruhi entitas, dan mengelola risiko, untuk memberikan keyakinan memadai, tentang pencapaian tujuan entitas (COSO,). Manajemen risiko adalah proses sistematis untuk mengidentifikasi, menilai, dan mengelola risiko yang dapat mempengaruhi pencapaian tujuan organisasi. Ini melibatkan langkah-langkah mitigasi yang dirancang untuk mengurangi dampak risiko (Hopkin, 2018).

ISO 31000

ISO 31000 adalah standar internasional yang menyediakan prinsip dan pedoman generik untuk menerapkan manajemen risiko secara efektif dalam organisasi. Standar ini bersifat universal dan dapat diterapkan oleh semua jenis dan ukuran organisasi (publik, swasta, maupun nirlaba) di berbagai industri. Fokus utama ISO 31000 adalah membantu organisasi dalam mencapai tujuannya dengan menanggapi efek ketidakpastian (risiko). Standar ini mendorong pendekatan yang terstruktur, komprehensif, dan terintegrasi artinya, manajemen risiko harus menjadi bagian integral dari semua proses pengambilan keputusan dan aktivitas organisasi, bukan hanya sebagai fungsi yang terpisah. Inti dari standar ini terdiri dari tiga elemen : Prinsip (seperti manajemen risiko harus dinamis, inklusif, dan didasarkan pada informasi terbaik yang tersedia), Kerangka Kerja (struktur dan mekanisme untuk mengimplementasikan manajemen risiko), dan Proses (langkah-langkah seperti penetapan konteks, penilaian risiko, perlakuan risiko, serta pemantauan dan peninjauan). Dengan mengadopsi ISO 31000, organisasi dapat meningkatkan pengambilan keputusan, memperbaiki kinerja, dan menciptakan serta melindungi nilai.

Aksesori

Produk utama yang ditawarkan oleh Glow Chain adalah gantungan kunci, strap phone (tali ponsel), dan photocard. Aksesori ini dibuat secara homemade dan menawarkan opsi custom personal, di mana konsumen dapat memesan dengan desain atau nama yang disesuaikan, memberi nilai tambah dan keunikan.

Secara fungsi, produk ini tidak hanya sebagai dekorasi, tetapi juga praktis; misalnya, gantungan kunci membantu pengguna menemukan kunci dengan lebih mudah, dan strap phone mempermudah saat memegang atau membawa ponsel. Meskipun desainnya cenderung lucu dan estetik sehingga fokus pasar utama diarahkan kepada perempuan, Glow Chain juga menyediakan desain netral dan fleksibel yang bersifat unisex agar dapat digunakan oleh laki-laki, memungkinkan setiap individu mengekspresikan gaya personalnya. Produk-produk ini dirancang agar terjangkau oleh konsumen tanpa mengorbankan kualitas dan keindahan desainnya.

Glow Chain

Glow Chain adalah sebuah usaha bisnis kreatif yang berfokus pada produksi gantungan kunci, strap phone, dan photocard. Bisnis ini bertujuan untuk menghasilkan produk aksesoris yang unik, menarik, dan memiliki nilai estetika tinggi untuk menambahkan sentuhan personal pada barang-barang sehari-hari seperti tas, pouch, atau kunci. Mengusung tagline “Kecil di saku, Glow di hatiku”, produk-produknya dirancang dengan konsep 3D beads design dan ditargetkan untuk remaja hingga dewasa, terutama pelajar dan mahasiswa yang tertarik pada aksesoris estetik. Pemasaran utamanya dilakukan secara digital melalui media sosial (Instagram, WhatsApp Business) dan marketplace online seperti Shopee, namun juga melayani promosi langsung di event tertentu. Usaha ini dikelola oleh tim yang solid dari mahasiswa PGPAUD Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Cibiru, dan berdasarkan analisis finansial, usaha ini memiliki potensi yang menjanjikan dengan perkiraan mampu mencapai titik impas (balik modal) dalam waktu sekitar 27 hari kerja.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai metode kualitatif yang menggunakan pendekatan Case Study Research. Yang dilakukan dengan menggambarkan ataupun memaparkan peristiwa yang terjadi pada subjek studi kasus sehingga diperoleh gambaran permasalahan yang jelas. Pada Case study Research ini dilakukan melalui beberapa tahapan yang sesuai dengan framework ISO 31000:2018. Prinsip dan pedoman dari ISO 31000:2018 ini cocok digunakan dalam manajemen risiko dan diakui secara internasional (Harefa, 2022).

Berikut adalah gambar metode yang dimanfaatkan untuk menganalisis data, yaitu mulai dari penilaian risiko hingga penanganan risiko, dengan memperhitungkan scope, context, dan criteria dari risiko (Utamajaya et al., 2021).

1. Risk Assessment (Penilaian Risiko) adalah suatu metode terstruktur untuk menunjukkan apakah suatu perusahaan/bisnis mempunyai tingkat risiko yang bisa diterima.
2. Risk Identification (Identifikasi Risiko) adalah upaya guna menemukan dan mengidentifikasi risiko-risiko yang mungkin timbul dalam operasional aktivitas suatu bisnis/perusahaan. Identifikasi risiko ini biasanya dilakukan pada semua proses bisnis yang ada pada sebuah bisnis. Hal ini bertujuan guna mengetahui semua risiko yang timbul dari beragam faktor, bisa karena faktor manusia, alam, atau pada infrastruktur.
3. Risk Analysis (Analisis Risiko) mencakup aspek penilaian, pengarakteran, pengelolaan, dan prosedur yang berkenaan dengan risiko suatu bisnis perusahaan. Analisis risiko digunakan untuk menganalisis hasil data yang didapatkan dari proses identifikasi risiko sebelumnya guna menentukan

tingkat risiko.

4. Risk Evaluation (Evaluasi Risiko) adalah proses perbandingan tingkat risiko dari yang terendah hingga tertinggi yang dijumpai selama dilakukan proses analisis. Proses evaluasi ini dimaksudkan guna memudahkan proses penerimaan risiko berlandaskan hasil pada analisis risiko. Proses ini menentukan risiko mana yang membutuhkan perlakuan dan prioritas. Oleh karena itu, guna mendukung dalam pengambilan risiko dibutuhkan sebuah matriks risiko untuk menentukan manajemen risiko dengan membandingkan tingkat risiko dan kriteria risiko.
5. Risk Treatment (Perlakuan Risiko) dimaksudkan guna mengidentifikasi tindakan-tindakan yang perlu dilaksanakan untuk menanggulangi risiko yang sudah diidentifikasi sebelumnya serta dapat meminimalkan dampak risiko secara keseluruhan.

Tiga tahap utama sebagai langkah awal dalam proses pengelolaan risiko yakni identifikasi risiko, analisis risiko, dan evaluasi risiko. Ketiganya merupakan tahapan dasar dalam penyusunan risk Register yang nantinya akan dimasukkan ke dalam Risk Matrix (Atmojo & Manuputty, 2020; Jescon & Sitokdana, 2022; Otero Gonzalez et al., 2020; Saifulloh et al., 2023).

Sedangkan observasi, wawancara secara langsung kepada pemilik Glow Chain, dan studi literatur dilakukan untuk mengumpulkan data.

1. Observasi

Observasi merupakan teknik yang dilakukan untuk mengumpulkan data berdasarkan suatu pengamatan dibarengi dengan melakukan pendataan/penulisan akan suatu kondisi/perilaku dari objek tujuan. Observasi pada penelitian ini dilakukan secara langsung dengan mendatangi tempat bisnis Glow Chain.

2. Wawancara

Wawancara merupakan proses pembicaraan dimana satu pihak bertanya dan pihak lain memberi jawaban tentang topik yang diteliti. Disini peneliti melakukan wawancara secara tatap muka dengan pemilik bisnis Glow Chain dalam rangka mengumpulkan data informasi tentang Glow Chain.

3. Studi Literatur

Studi literatur merupakan serangkaian aktivitas yang berhubungan dengan kaidah penghimpunan data perpustakaan, membaca, mencatat, serta mengolah bahan pengkajian. Pada tahap ini peneliti mengkaji penelitian-penelitian terdahulu beserta teori-teori yang relevan sesuai dengan topik peneliti. Kajian ini dilakukan guna mengenali tahapan-tahapan apa saja yang perlu dilakukan guna melaksanakan analisi terhadap manajemen risiko suatu bisnis.

Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi Kekuatan (Strengths), Kelemahan (Weaknesses), Peluang (Opportunities), dan Ancaman (Threats) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut (Rangkuti, 2012).

Analisis SWOT membantu perusahaan dalam memahami faktor internal dan eksternal yang dapat memengaruhi kinerja dan arah strategis perusahaan (Gurel, 2017). Dalam konteks Glow Chain sebagai

brand aksesori analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi posisi strategis perusahaan serta mendukung penerapan manajemen risiko berbasis ISO 31000 secara tepat dan efektif.

1. Strengths (Kekuatan)

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 (Kapferer, 2017).

- Produk homemade dan kustom personal Glow Chain menawarkan gantungan kunci dan photocard yang dapat disesuaikan dengan desain atas nama yang memberikan nilai tambah dan keunikan dibanding produk massal.
- Harga terjangkau dan modal produksi rendah. Biaya bahan baku relatif kecil sehingga margin keuntungan cukup tinggi.
- Kreativitas dan inovasi desain didukung oleh tim kreatif yang mampu mengikuti tren desain terkini, menjadikan produk selalu menarik bagi pasar muda dan komunitas.
- Pemasaran digital yang luas. Memanfaatkan platform media sosial dan marketplace untuk menjangkau konsumen lebih luas tanpa membutuhkan toko fisik.

2. Weaknesses (Kelemahan)

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 (Arasti et.al, 2014).

- Ketergantungan pada tren pasar. Permintaan dapat menurun jika tren desain atau minat konsumen berubah cepat.
- Kapasitas produksi terbatas. Jika permintaan meningkat tajam, kemampuan produksi manual bisa kewalahan.
- Brand awareness masih rendah. Sebagai usaha yang baru berkembang, Glow Chain perlu membangun identitas merek yang kuat agar dikenal luas.
- Persaingan harga di pasar online. Banyak penjual serupa menawarkan harga rendah, sehingga perlu strategi diferensiasi yang kuat.

3. Opportunities (Peluang)

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, Glow Chain dapat memanfaatkan peluang ini secara optimal untuk memperkuat eksistensinya di pasar lokal maupun global.

- Pertumbuhan industri kreatif dan UMKM. Meningkatnya minat terhadap produk lokal dan handmade membuka peluang besar bagi pengembangan usaha.
- Trend personalisasi produk. Konsumen kini lebih menyukai barang yang mencerminkan

identitas pribadi, seperti gantungan kunci dengan nama atau desain khusus.

- Kemitraan dengan perusahaan dan event organizer. Dapat bekerja sama menyediakan merchandise promosi, souvenir, atau hadiah korporat.
- Perluasan pasar digital. Penjualan dapat ditingkatkan melalui e-commerce, iklan media sosial, dan kolaborasi dengan influencer.

4. Threats (Ancaman)

Ketidakstabilan rantai pasok dan permintaan merupakan risiko dominan yang dapat menurunkan performa usaha aksesori secara signifikan (Christopher et.al, 2006).

- Persaingan ketat di pasar online. Banyak produsen gantungan kunci dan photocard dengan produk serupa dan harga kompetitif.
- Perubahan selera konsumen yang cepat. Desain yang tidak mengikuti tren dapat membuat produk cepat kehilangan daya tarik.
- Kenaikan harga bahan baku. Fluktuasi harga resin, akrilik, atau logam dapat memengaruhi biaya produksi.
- Risiko plagiasi desain. Desain orisinal dapat ditiru pesaing tanpa izin jika tidak memiliki perlindungan hak cipta.
- Ketergantungan pada media sosial. Perubahan algoritma atau penurunan jangkauan konten dapat mempengaruhi pemasaran dan penjualan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Glow Chain adalah. Pengkajian pada penelitian ini adalah melakukan analisis risiko yang mungkin terjadi, lalu mengelompokkannya berdasarkan dampaknya guna membuat rekomendasi tindakan atas risiko yang mungkin ada di bisnis Glow Chain.

Risk Assessment (Penilaian Risiko)

Tahap ini adalah tahapan penelitian risiko pada Glow Chain. Dalam proses penilaiannya, terdapat tiga tahap yaitu, identifikasi risiko (risk identification), analisis risiko (risk analysis), dan evaluasi risiko (risk evaluation) (Atmojo & Manuputty, 2020).

Risk Identification (Identifikasi Risiko)

Pada tahap ini, dilakukan identifikasi kemungkinan risiko yang muncul dan terjadi. Berdasarkan pada hasil wawancara yang telah peneliti lakukan, berikut ini adalah kemungkinan risiko yang terlihat pada tabel.

Tabel 1. Identifikasi risiko

Kategori Risiko	ID	Jenis Risiko
Risiko Operasional & Produksi	P1	Kualitas Bahan Baku di Bawah Standar
	P2	Kesalahan Perakitan Produk
	P3	Keterlambatan Pengiriman Bahan Baku
	P4	Kerusakan Peralatan Kerja Sederhana
	P5	Kesalahan dalam Pemenuhan Pesanan Custom
	P6	Produk Rusak Saat Proses Pengemasan

Risiko Pasar & Strategis	P7	Kesalahan Pemasangan Label/Alamat Pengiriman
	P8	Penumpukan Produk Ready Stock
	P9	Perubahan Cepat Tren Aksesoris
	P10	Munculnya Pesaing Baru dengan Harga Jual Lebih Rendah
	P11	Kritik atau Ulasan Negatif di Media Sosial/Marketplace
	P12	Kebijakan Baru di Platform Penjualan Online (Shopee/IG)
	P13	Tidak Mampu Mempertahankan Unique Selling Point (USP)
	P14	Isu Keberlanjutan Lingkungan
Risiko Keuangan	P15	Kenaikan Harga Bahan Baku Utama
	P16	Kesalahan Pencatatan dan Pembukuan
	P17	Kegagalan Mencapai Titik Impas (BEP)
	P18	Modal Kerja yang Terlalu Kecil
Risiko Sumber Daya Manusia (SDM) dan Tim	P19	Konflik Internal Tim (6 orang owner)
	P20	Keterbatasan Waktu Anggota Tim karena Kuliah
	P21	Kurangnya Keterampilan Pemasaran Digital
	P22	Kehilangan Anggota Tim yang Menguasai Produksi
Risiko Teknologi Informasi & Keamanan	P23	Kerusakan/Hilangnya Data Desain Custom
	P24	Ancaman Cyber (Misalnya Akun Media Sosial Diretas)
	P25	Gangguan Koneksi Internet

(Sumber : Data diolah peneliti, 2025)

Berdasarkan pada tahap identifikasi risiko yang dilakukan melalui wawancara kepada pemilik bisnis Glow Chain, di temukan ada 14 kemungkinan risiko. Setelah mengetahui dan mengidentifikasi risiko yang mungkin terjadi, selanjutnya adalah menentukan dampak dari potensi risiko berdasarkan pada Tabel 1, yang tertera pada Tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Identifikasi dampak risiko

ID	Jenis Risiko	Dampak Risiko
P1	Kualitas Bahan Baku di Bawah Standar	Produk mudah rusak/pudar, memicu komplain pelanggan dan reputasi merek menurun.
P2	Kesalahan Perakitan Produk	Waste bahan baku, penundaan produksi, dan biaya pengulangan produksi.
P3	Keterlambatan Pengiriman Bahan Baku	Produksi terhenti, penundaan pemenuhan pesanan, denda atau pembatalan custom.
P4	Kerusakan Peralatan Kerja Sederhana	Proses produksi terhambat sementara samapi alat pengganti ditemukan.
P5	Kesalahan dalam Pemenuhan Pesanan Custom	Desain tidak sesuai permintaan konsumen, harus membuat ulang, kerugian biaya bahan.
P6	Produk Rusak Saat Proses Pengemasan	Produk cacat/tergores sebelum dikirim, harus mengganti dengan stok baru, kerugian unit produk.
P7	Kesalahan Pemasangan Label/Alamat Pengiriman	Kerugian biaya kirim ulang, produk hilang, merusak citra merek.
P8	Penumpukan Produk Ready Stock	Kelebihan modal terikat pada stok yang tidak laku, biaya penyimpanan.
P9	Perubahan Cepat Tren Aksesoris	Model 3D beads design menjadi usang/tidak diminati, produk tidak laku, dan mengalami kerugian.
P10	Munculnya Pesaing Baru dengan Harga Jual Lebih Rendah	Terpaksa menurunkan harga, mengurangi margin keuntungan secara signifikan.

P11	Kritik atau Ulasan Negatif di Media Sosial/Marketplace	Citra merek rusak, kehilangan kepercayaan pelanggan, dan penurunan penjualan drastis.
P12	Kebijakan Baru di Platform Penjualan Online (Shopee/IG)	Biaya komisi/iklan meningkat, jangkauan promosi berkurang, yang berdampak pada penjualan.
P13	Tidak Mampu Mempertahankan Unique Selling Point (USP)	Produk tidak menonjol di pasar, sulit bersaing, dan tidak mencapai target penjualan.
P14	Isu Keberlanjutan Lingkungan	Tekanan pasar untuk beralih ke bahan yang lebih ramah lingkungan, memerlukan perubahan model bisnis yang mahal.
P15	Kenaikan Harga Bahan Baku Utama	Biaya produksi meningkat secara tak terduga, menekan margin laba.
P16	Kesalahan Pencatatan dan Pembukuan	Salah perhitungan laba rugi, berpotensi pengambilan keputusan yang keliru.
P17	Kegagalan Mencapai Titik Impas (BEP)	Usaha tidak mampu menutup modal dan biaya operasional dalam jangka waktu yang diproyeksikan.
P18	Modal Kerja yang Terlalu Kecil	Tidak cukup dana untuk membeli bahan baku dalam jumlah besar saat ada pesanan besar.
P19	Konflik Internal Tim (6 Orang Owner)	Perselisihan pembagian tugas atau keuntungan, menyebabkan ketidakefisienan operasional.
P20	Keterbatasan Waktu Anggota Tim karena Kuliah	Produksi/pemasaran terhambat karena kesibukan akademik, menyebabkan penundaan pesanan.
P21	Kurangnya Keterampilan Pemasaran Digital	Gagal mengoptimalkan Instagram, atau katalog online, minim brand awareness dan penjualan.
P22	Kehilangan Anggota Tim yang Menguasai Produksi	Proses transfer keahlian desain dan produksi terganggu, menghambat kualitas produk.
P23	Kerusakan/Hilangnya Data Desain Custom	Kehilangan file desain yang sudah disepakati, harus mengulang komunikasi dengan pelanggan.
P24	Ancaman Cyber (Misalnya Akun Medsos Diretas)	Akun Instagram/Shopee hilang kendali, merusak komunikasi dan menghentikan penjualan.
P25	Gangguan Koneksi Internet	Kesulitan dalam menerima dan memproses pesanan online, lambat merespon pelanggan.

(Sumber : Data diolah peneliti, 2025)

Risk Analysis (Analisis Risiko)

Setelah mengidentifikasi kemungkinan risiko, selanjutnya dilakukan pengukuran analisis risiko yang mempertimbangkan dua perspektif yang berupa seringnya risiko tersebut terjadi (likelihood) dan kemungkinan tingkat terjadinya kerusakan (impact). Hasil dari proses analisis risiko ini dapat dijadikan saran pada saat tahap evaluasi risiko. Berikut adalah kriteria likelihood dan impact.

Tabel 3. Kriteria likelihood

Likelihood		Deskripsi	Frekuensi Kejadian
Nilai	Kriteria		
1	Rare	Risiko tersebut hampir tidak pernah terjadi	>2 tahun
2	Unlikely	Risiko tersebut jarang terjadi	1-2 tahun
3	Possible	Risiko tersebut kadang terjadi	7-12 bulan
4	Likely	Risiko tersebut sering terjadi	4-6 bulan
5	Certain	Risiko tersebut pasti terjadi	1-3 bulan

(Sumber : Data diolah peneliti, 2025)

Tabel 4. Kriteria impact

Impact		Deskripsi
Nilai	Kriteria	
1	Negligible	Risiko yang terjadi tidak mengganggu aktivitas bisnis
2	Minor	Risiko yang terjadi menyebabkan aktivitas toko mulai sedikit terlambat namun tidak mengganggu
3	Moderate	Risiko menyebabkan gangguan pada proses kinerja sehingga jalannya aktivitas bisnis terhambat
4	Major	Risiko menghambat hampir seluruh aktivitas bisnis
5	Catastrophic	Aktivitas solo berhenti secara menyeluruh karena proses kinerja mengalami gangguan total

(Sumber : Data diolah peneliti, 2025)

Lalu, berdasarkan kemungkinan risiko yang teridentifikasi pada bisnis Glow Chain yang didapatkan melalui observasi dan wawancara dengan pemilik bisnis Glow Chain. Selanjutnya, berikut adalah penilaian kemungkinan risiko berdasarkan tabel Likelihood dan impact pada tabel dibawah ini.

Tabel 5. Penilaian likelihood dan impact

ID	Jenis Risiko	Likelihood (1-5)	Impact (1-5)	Level Risiko (LxI)
P1	Kualitas Bahan Baku di Bawah Standar	3	4	12
P2	Kesalahan Perakitan Produk	3	3	9
P3	Keterlambatan Pengirim Bahan Baku	3	3	9
P4	Kerusakan Peralatan Kerja Sederhana	2	2	4
P5	Kesalahan dalam Pemenuhan Pesanan Custom	4	4	16
P6	Produk Rusak Saat Proses Pengemasan	2	3	6
P7	Kesalahan Pemasangan Label/Alamat Pengiriman	2	4	8
P8	Penumpukan Produk Ready Stock	3	3	9
P9	Perubahan Cepat tren Aksesoris	4	5	20
P10	Munculnya Pesaing Baru dengan Harga Jual Lebih Rendah	4	4	16
P11	Kritik atau Ulasan Negatif di Media Sosial/Marketplace	2	4	8
P12	Kebijakan Baru di Platform Penjualan Online (Shopee/IG)	3	3	9
P13	Tidak Mampu Mempertahankan Unique Selling Point (USP)	3	4	12
P14	Isu Keberlanjutan Lingkungan	1	3	3
P15	Kenaikan Harga Bahan Baku Utama	3	3	9
P16	Kesalahan Pencatatan dan Pembukuan	3	2	6
P17	Kegagalan Mencapai Titik Impas (BEP)	2	4	8
P18	Modal Kerja yang Terlalu Kecil	1	3	3
P19	Konflik Internal Tim (6 Orang Owner)	3	3	9
P20	Keterbatasan Waktu Anggota Tim karena Kuliah	4	3	12
P21	Kurangnya keterampilan Pemasaran Digital	4	4	16
P22	Kehilangan Anggota Tim yang Menguasai Produksi	1	4	4
P23	Kerusakan/Hilangnya Data Desain Custom	2	3	6
P24	Ancaman Cyber (Misalnya Akun Media Sosial Diretas)	1	5	5
P25	Gangguan Koneksi Internet	3	2	6

(Sumber : Data diolah peneliti, 2025)

Risk Evaluation (Evaluasi Risiko)

Tahap terakhir dari proses Risk Assessment adalah evaluasi risiko. Pada tahap evaluasi risiko ini peneliti mengawali dengan menetapkan risiko mana yang harus didahulukan dan memerlukan penanganan eksklusif. Hasil tersebut di tuangkan ke matriks evaluasi risiko berlandaskan ketentuan yang terdapat dalam kerangka kerja ISO 31000. Matriks penilaian risiko ini dibagi menjadi 3 tingkat risiko yaitu, Low Risk, Medium, dan High. Dibawah ini merupakan matriks penilaian risiko yang berisi kombinasi Likelihood dan Impact.

Tabel 6. Matriks Evaluasi Risiko

Likelihood	Impact				
	Negligible (1)	Minor (2)	Moderate (3)	Major (4)	Catastrophic (5)
Certain (5)	Medium	Medium	High	High	High
Likely (4)	Medium	Medium	Medium	High	High
Possible (3)	Low	Medium	Medium	Medium	High
Unlikely (2)	Low	Low	Medium	Medium	Medium
Rare (1)	Low	Low	Low	Medium	Medium

(Sumber : Data diolah peneliti, 2025)

Setelah itu, risiko-risiko yang mungkin terjadi yang sudah teridentifikasi nilai likelihood beserta impactnya pada tahap sebelumnya, nantinya bakal dituangkan ke dalam matriks evaluasi risiko sesuai dengan pemetaan pada gambar di atas. Berikut adalah hasil yang berasal dari kemungkinan risiko yang sudah ditempatkan ke dalam gambar dibawah ini.

Tabel 7. Matriks evaluasi risiko berdasarkan nilai likelihood dan impact

Likelihood	Impact				
	Negligible (1)	Minor (2)	Moderate (3)	Major (4)	Catastrophic (5)
Certain (5)					
Likely (4)			P20	P5, P10, P21	P9
Possible (3)		P16, P25	P2, P3, P8, P12, P15, P19	P1, P13,	
Unlikely (2)		P4	P6, P23	P7, P11, P17,	
Rare (1)			P14, P18	P22	P24

(Sumber : Data diolah peneliti, 2025)

Setelah semuanya selesai dituangkan ke dalam matriks evaluasi risiko yang didasarkan likelihood dan impact, maka selanjutnya adalah mengelompokkan 25 kemungkinan risiko diatas ke dalam risk level (tingkatan risiko) mulai tingkat tinggi hingga rendah.

Tabel 8. Pengelompokan risiko berdasarkan tingkat risiko

ID	Jenis Risiko	Likelihood	Impact	Risk Level
P9	Perubahan Cepat Tren Aksesoris	4	5	High
P5	Kesalahan dalam Pemenuhan Pesanan Custom	4	4	High
P10	Munculnya Pesaing Baru dengan Harga Jual Lebih Rendah	4	4	High
P21	Kurangnya Keterampilan Pemasaran Digital	4	4	High
P1	Kualitas Bahan Baku di Bawah Standar	3	4	Medium

P13	Tidak Mampu Mempertahankan Unique Selling Point (USP)	3	4	Medium
P20	Keterbatasan Waktu Tim karena Kuliah	4	3	Medium
P2	Kesalahan Perakitan Produk	3	3	Medium
P3	Keterlambatan Pengiriman Bahan Baku	3	3	Medium
P8	Penumpukan Produk Ready Stock	3	3	Medium
P12	Kebijakan Baru di Platform Penjualan Online (Shopee/IG)	3	3	Medium
P15	Kenaikan Harga Bahan Baku Utama	3	3	Medium
P19	Konflik Internal Tim (6 Orang Owner)	3	3	Medium
P7	Kesalahan Pemasangan Label/Alamat Pengiriman	2	4	Medium
P11	Kritik atau Ulasan Negatif di Media Sosial/Marketplace	2	4	Medium
P17	Kegagalan Mencapai Titik Impas (BEP)	2	4	Medium
P6	Produk Rusak Saat Proses Pengemasan	2	3	Medium
P16	Kesalahan Pencatatan dan Pembukuan	3	2	Medium
P23	Kerusakan/Hilangnya Data Desain Custom	2	3	Medium
P25	Gangguan Koneksi Internet	3	2	Medium
P24	Ancaman Cyber (Misalnya Akun Media Sosial Diretas)	1	5	Medium
P22	Kehilangan Anggota Tim yang Menguasai Produksi	1	4	Low
P4	Kerusakan Peralatan Kerja Sederhana	2	2	Low
P14	Isu Keberlanjutan Lingkungan	1	3	Low
P18	Modal Kerja yang Terlalu Kecil	1	3	Low

(Sumber : Data diolah peneliti, 2025)

Risk Assessment (Penilaian Risiko)

Tahap terakhir yang dikerjakan dalam penelitian ini adalah perlakuan risiko. Tahap ini berisikan tentang usulan suatu perlakuan yang dilakukan terhadap risiko agar dapat meminimalisir ataupun mencegah kemungkinan terjadinya risiko pada bisnis Glow Chain yang sudah diidentifikasi dan dikelompokkan. Berikut merupakan usulan perlakuan risiko agar dapat dimanfaatkan oleh bisnis Glow Chain guna mencegah atau setidaknya meminimalkan terjadinya suatu risiko.

Tabel 9. Usulan pengelolaan risiko

ID	Jenis Risiko	Risk Level	Usulan
P9	Perubahan Cepat Tren Aksesoris	High	Lakukan Pemantauan Tren (Tren Monitoring) agresif melalui media sosial dan kompetitor. Kembangkan tim R&D (Research & Development) untuk membuat inovasi desain baru secara berkala.
P5	Kesalahan dalam Pemenuhan Pesanan Custom	High	Terapkan Sistem Verifikasi Ganda : Setelah desain custom disepakati, kirim mock-up (gambar/sketsa) final ke pelanggan untuk konfirmasi akhir sebelum produksi dimulai.
P10	Munculnya Pesaing Baru dengan Harga Jual Lebih Rendah	High	Perkuat Value Proposition : Fokuskan marketing pada Unique Selling Point (USP) seperti kualitas premium, desain custom yang lebih baik, dan pelayanan yang responsif.
P21	Kurangnya Keterampilan Pemasaran Digital	High	Investasi Pelatihan (Training) dan/atau

			Outsource ke pihak yang lebih ahli di bidang pemasaran digital (digital marketing). Tunjuk anggota tim yang fokus untuk terus belajar dan menerapkan ten pemasaran terbaru.
P1	Kualitas Bahan Baku di Bawah Standar	Medium	Tetapkan Standar Kualitas (QC) yang ketat. Lakukan pemeriksaan sampel bahan baku (beads, kawat) dari setiap kiriman. Cari dan jalin hubungan dengan minimal 2 pemasok terpercaya sebagai cadangan (diversify supplier).
P13	Tidak Mampu Mempertahankan Unique Selling Point (USP)	Medium	Audit USP setiap 3-6 bulan. Pastikan tim produksi dan pemasaran selalu selaras dan terus menonjolkan fitur unik desain 3D beads.
P20	Keterbatasan Waktu Anggota Tim karena Kuliah	Medium	Manajemen Waktu dan Prioritas : Tentukan jadwal kerja yang fleksibel namun terikat komitmen. Alokasikan tugas-tugas non-urgent pada periode libur akademik, dan fokuskan pada operasional inti selama masa ujian.
P2	Kesalahan Perakitan Produk	Medium	Buat SOP (Standar Operating Procedure) perakitan yang jelas dan visual. Lakukan cross-check (pemeriksaan silang) oleh rekan tim pada setiap produk yang baru selesai dirakit, terutama untuk pesanan custom.
P3	Keterlambatan Pengiriman Bahan Baku	Medium	Pertahankan stok bahan baku aman (Safety Stock) untuk 1-2 minggu produksi. Lakukan pemesanan ulang (re-order) ketika stok mencapai batas minimum yang telah ditentukan.
P8	Penumpukan Produk Ready Stock	Medium	Lakukan analisis tren penjualan secara rutin (bulanan). Produksi ready stock harus berdasarkan data historis dan bukan hanya perkiraan. Tawaran diskon atau bundling untuk stock yang menumpuk.
P12	Kebijakan Baru di Platform Penjualan Online (Shopee/IG)	Medium	Diversifikasi Kanal Penjualan : Jangan hanya bergantung pada satu platform (Shopee/IG), kembangkan website sendiri atau hadir di platform lain. Pantau pemberitahuan kebijakan baru secara mingguan.
P15	Kenaikan Harga Bahan Baku Utama	Medium	Kunci Harga (Hedge) : Beli bahan baku dalam volume yang lebih besar ketika harga sedang rendah. Tinjau ulang struktur harga jual produk setiap ada kenaikan biaya input signifikan.
P19	Konflik internal Tim (6 Orang Owner)	Medium	Buat Perjanjian Kerja Sama (MoU) tertulis yang jelas mengenai pembagian tugas, wewenang, tanggung jawab, dan

			mekanisme penyelesaian sengketa. Adakan rapat tim rutin dengan moderator yang netral.
P7	Kesalahan Pemasangan Label/Alamat Pengiriman	Medium	Terapkan Sistem Cek Tiga Kali (Triple Check) : Cek alamat saat input, saat mencetak label, dan saat menempelkan label ke paket. Gunakan sistem otomatisasi marketplace untuk mencetak label.
P11	Kritik atau Ulasan Negatif di Media Sosial/Marketplace	Medium	Kembangkan SOP Penanganan Komplain. Respon ulasan negatif dengan cepat, profesional, dan tawarkan solusi (misalnya, ganti produk baru) untuk menunjukkan tanggung jawab.
P17	Kegagalan Mencapai Titik Impas (BEP)	Medium	Pemantauan Kinerja Penjualan Harian/Mingguan. Jika penjualan di bawah target, segera lakukan tindakan korektif (promosi, flash sale, atau evaluasi biaya).
P6	Produk Rusak Saat Proses Pengemasan	Medium	Gunakan bahan packaging yang memadai (bubble wrap tebal, kotak kardus kokoh). Latih karyawan cara mengemas produk dengan aman.
P16	Kesalahan Pencatatan dan Pembukuan	Medium	Gunakan Sistem Akuntansi Sederhana (misalnya, aplikasi atau spreadsheet khusus) dan lakukan rekonsiliasi kas/bank secara mingguan. Tunjuk satu anggota tim yang bertanggung jawab penuh dan terlatih.
P23	Kerusakan/Hilangnya Data Desain Custom	Medium	Terapkan Sistem Backup: Simpan file desain di layanan cloud (Google Drive, Dropbox) dan hard drive eksternal. Lakukan backup harian atau mingguan.
P25	Gangguan Koneksi Internet	Medium	Sediakan Jaringan Cadangan: Siapkan tethering dari smartphone sebagai backup untuk koneksi utama jika terjadi pemadaman internet. Lakukan update pesanan atau komunikasi secara kolektif saat koneksi stabil.
P24	Ancaman Cyber (Misanya Akun Media Sosial Diretas)	Medium	Perkuat keamanan akun: Aktifkan otentikasi 2 faktor (2FA) di semua platform penjualan dan media sosial. Gunakan password yang kuat dan unik.
P22	Kehilangan Anggota Tim yang Menguasai Produksi	Low	Terapkan Transfer aPengetahuan (Knowledge Transfer) : Dokumentasikan semua proses detail. Latih minimal 2 anggota tim lainnya untuk menguasai keahlian produksi kunci.
P4	Kerusakan Perlatan Kerja Sederhana	Low	Sediakan alat kerja cadangan (tang, gunting, dll.) untuk menghemat waktu apabila alat utama rusak.

P14	Isu Keberlanjutan Lingkungan	Low	Mulai teliti dan identifikasi sumber bahan baku yang lebih ramah lingkungan di masa depan (misalnya, kemasan daur ulang) sebagai investasi strategis jangka panjang.
P18	Modal Kerja yang Terlalu kecil	Low	Jaga cadangan kas yang memadai. Terapkan sistem Pembayaran Uang Muka (Down Payment) yang lebih tinggi untuk pesanan custom besar untuk menutupi biaya bahan baku di awal.

(Sumber : Data Diolah peneliti, 2025)

KESIMPULAN

Penelitian ini menerapkan kerangka manajemen risiko ISO 31000 pada UMKM aksesoris Glow Chain (produk desain manik-manik 3D kustom) untuk menganalisis dan mengelola potensi risiko yang dihadapi bisnis tersebut. Penelitian kualitatif ini menggunakan pendekatan Case Study Research dan mengumpulkan data melalui observasi, wawancara langsung dengan pemilik, dan studi literatur. Berdasarkan analisis, ditemukan total 25 potensi risiko yang diklasifikasikan ke dalam kategori operasional, pasar, keuangan, dan sumber daya manusia (SDM).

Melalui tahapan Risk Assessment (Identifikasi, Analisis, dan Evaluasi Risiko), teridentifikasi empat risiko yang berada pada Tingkat Tinggi (High):

1. Perubahan Cepat Tren Aksesoris (P9).
2. Kesalahan dalam Pemenuhan Pesanan Custom (P5).
3. Munculnya pesaing Baru dengan Harga Jual Lebih Rendah (P10).
4. Kurangnya Keterampilan Pemasaran Digital (P21).

Selain itu, ditemukan 18 risiko Tingkat Medium dan 4 risiko Tingkat Rendah. Studi ini mengusulkan berbagai tindakan Perlakuan Risiko (Risk Treatment) yang spesifik untuk meminimalkan dampak dan memastikan kelangsungan bisnis Glow Chain. Contoh perlakuan risiko untuk tingkat tinggi adalah menerapkan Sistem Verifikasi Ganda untuk P5 (Kesalahan Pesanan Custom) dan melakukan Pemantauan Tren agresif untuk P9 (Perubahan Tren Aksesoris). Penerapan manajemen risiko yang baik ini diharapkan dapat mengurangi dampak risiko dan membantu Glow Chain dalam pengambilan keputusan strategis.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, D. E., & Susanto, N. (2017). *Analisis Manajemen Risiko Aktivitas Pengadaan pada Percetakan Surat Kabar*. 18, 113–118.
- Amelia, D. N. (2023). *Analisis Manajemen Risiko pada UMKM Toko Syirkah Menggunakan ISO 31000*. 6(November).
- Ampera, I. S., Rambli, J., & Sitokdana, M. (2022). *Analisis Manajemen Risiko Aplikasi Rene Kasir Di Restoran Oemah Djari Salatiga Menggunakan ISO*. 3(2), 66–83.
- Aprikasari, M., Benedicta, L., Adrielvino, N. A., & Ayunda, A. T. (2024). *Penerapan ISO 31000 : 2018 untuk Manajemen Risiko IT pada Sistem Penerbitan PT . X. June 2025*.

- <https://doi.org/10.55606/isaintek.v7i2.269>
- Aulia, S., & Indonesia, U. M. (2023). *Analisis Risiko pada Usaha Kecil dan Menengah*. 3(3), 135–145.
- Bahari, H., Leksono, E. B., Industri, T., Muhammadiyah, U., & Gresik, K. (2018). *PENDEKATAN RISK MANAGEMENT & ANALISIS SWOT UNTUK*. XVIII(2), 23–40. <https://doi.org/10.350587/Matrik>
- BS ISO 31000:2018(E) SECOND EDITION BS ISO 3 1 0 0 0 :2 0 1 8(E) SECOND EDITION BS ISO 31000: 2018 (E) EDISI KEDUA Contents* (2nd ed.). (n.d.). www.iso.org/directives
- Dewi, I. C. (n.d.). *Manajemen Risiko dalam Pengambilan Keputusan Bisnis*.
- Erwin Harahap, Zhara Aditya, Farid Badruzzaman, Yusuf Fajar, Agnia Bastia, Syahrul Zein, A. K. (2022). *Solusi Kemacetan Lalu Lintas Kota Bandung Melalui Pemerataan Arus Kendaraan. Sains, Aplikasi, Komputasi, Dan Teknologi Informasi*, 4. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30872/jsakti.v4i1.6759>
- Herlambang, A. A., Gani, A. A., & Alvianto, D. D. (2024). *Pendekatan ISO 31000 : 2018 dalam Manajemen Risiko Teknologi Informasi pada Tracer Study Universitas Sebelas April ISO 31000 : 2018 Approach to Information Technology Risk Management in the Tracer Study at Universitas Sebelas April. September*, 5651–5660.
- Hernanda, T. A. S. (n.d.). *Analisis Level of Service (LOS) Dalam Mengantisipasi Kemacetan Lalu Lintas Di Ruas Jalan Raya Soreang-Kopo Kabupaten Bandung. Perencanaan Dan Rekayasa Sipil*. <https://doi.org/https://doi.org/10.25139/jprs.v8i1.9673>
- Ida, O., Made, A., & Dewi, S. (n.d.). *MANAJEMEN RISIKO*.
- Indonesia, S. N., & Nasional, B. S. (2011). *Manajemen risiko — Prinsip dan pedoman Risk management — Principles and guidelines*.
- Informasi, S., Informasi, F. T., Kristen, U., & Wacana, S. (2021). *Analisis Risiko Dengan Metode ISO 31000 Pada Disperinnaker Kota Salatiga Bidang Industri*. 8(3).
- Jati, F. D. (2023). *Penerapan Manajemen Risiko Pada UMKM XYZ*. 4(2).
- Keputusan Bisnis Dra Alfiana, P., Irra Chrisyanti Dewi, M., & Iwan Harsono, M. (n.d.). *Manajemen Risiko dalam*.
- Maitri, B., Hartono, C., Jennifer, F., Liana, J., & Laulita, N. B. (2022). *Analisis Manajemen Risiko Pada Usaha Brownies UMKM Moifoods . Btm*. 7(3), 245–254. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i3.2492>
- Menengah, D. A. N., Desa, D. I., & Sambo, P. (n.d.). *Penerapan manajemen risiko usaha mikro kecil dan menengah di desa pisang sambo*. 2(1), 579–587.
- Pertama Kumpulan, S., Alijoyo, A., Priyarsono, D. S., Suroto, S., & Ak, S. E. (n.d.). *STUDI KASUS MANAJEMEN RISIKO DI INDONESIA*.
- Press, U. (2019). *Unhi press 2019*.
- Rabbani Sajda, J., Amrozi, Y., Khusnu Milad, M., & Artikel, S. (2024). *Analisis Manajemen Risiko pada UMKM Toko Robani Menggunakan ISO 31000 INFO ARTIKEL*. 3(2), 256–262. <https://doi.org/10.70247/jumistik.v3i2.110>
- Serambi, J., Khofifah, W. N., & Sudariswan, E. (2024). *Analisa Manajemen Risiko Pada UMKM KonveksiMenggunakan Framework ISO 31000 dan Matriks Risiko Manajemen : Studi Kasus “ Dakwa Tailor .”* 8(1), 174–187.
- Sofianti, W., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., & Bandung, U. M. (2025). *Analisis Manajemen Risiko pada UMKM Baso Tahu Siomay di Daerah TKI Kabupaten Bandung*. 2(1), 1694–1704.
- Tgk Imum Lueng Bata, J., & Aceh, B. (n.d.). *JURNAL SERAMBI EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS SERAMBI MEKKAH*. <https://ojs.serambimekkah.ac.id/serambi-ekonomi-dan-bisnis/index>
- Zakaria, F. (2025). *Analisis Manajemen Risiko pada UMKM Toko Emas Kurnia*. 2(1), 1574–1583.
- Zakaria, F., & Alfiana, A. (2024). *Analisis Manajemen Risiko pada UMKM Toko Emas Kurnia. PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 1574–1583. <https://doi.org/10.62710/5cz0s835>