



Analisis Manajemen Risiko pada Usaha Konveksi Baju Muslim Wanita dalam Upaya Menjaga Stabilitas Operasional

Syahira Rachmadina¹, Dena Destiani², Listi Sinta Nur Oktaviani³,
Najla Putri Pramesdianti⁴, Alfiana⁵

Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Bandung, Kota Bandung, Indonesia^{1,2,3,4,5}

Email: 230313285@umbandung.ac.id, 230313077@umbandung.ac.id, 230313144@umbandung.ac.id,
230313193@umbandung.ac.id, alfiana.dr@umbandung.ac.id

*Email Korespondensi: 230313285@umbandung.ac.id

Diterima: 28-11-2025 | Disetujui: 08-12-2025 | Diterbitkan: 10-12-2025

ABSTRACT

Risk management is an important element in maintaining business continuity, especially in the garment industry, which faces high pressure in terms of timeliness, production quality, and changing customer needs. The garment industry, which is highly competitive and dependent on timeliness and quality standards, requires the identification and management of risks as a strategic measure to minimize potential disruptions. This study uses a qualitative approach through direct interviews with business owners to explore sources of risk, control processes, and the effectiveness of actions that have been taken. The results show that the main risks include delays in raw materials, damage to production machinery, inconsistencies in production quality, and labor factors. Mitigation efforts, including diversification of raw material suppliers, regular machine maintenance, strengthening of production SOPs, quality control systems, and improving employee competence through training, have been proven to help reduce potential losses and maintain smooth production processes. The application of ISO 31000 principles provides direction in sustainable risk management, particularly in the context of faster and more accurate decision-making. Thus, the implementation of structured risk management contributes significantly to operational stability, thereby increasing customer confidence and the competitiveness of garment businesses in the market.

Keywords: Risk Management; ISO 31000; Garment Industry; SWOT Analysis; Operational Stability.

ABSTRAK

Manajemen risiko merupakan elemen penting dalam menjaga keberlangsungan usaha, terutama pada industri konveksi yang menghadapi tekanan tinggi terkait ketepatan waktu, kualitas hasil produksi, dan perubahan kebutuhan pelanggan. Industri konveksi yang memiliki tingkat persaingan tinggi dan ketergantungan pada ketepatan waktu serta standar kualitas, identifikasi, dan penanganan risiko menjadi langkah strategis untuk meminimalkan potensi gangguan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara langsung dengan pemilik usaha untuk menggali sumber risiko, proses pengendalian, dan efektivitas tindakan yang telah dilakukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa risiko utama meliputi keterlambatan bahan baku, kerusakan mesin produksi, ketidaksesuaian kualitas hasil produksi, serta faktor tenaga kerja. Upaya mitigasi yang dilakukan meliputi diversifikasi pemasok bahan baku, perawatan mesin secara berkala, penguatan SOP produksi, sistem kontrol kualitas, dan peningkatan kompetensi karyawan melalui pelatihan terbukti membantu mengurangi potensi kerugian serta menjaga kelancaran proses produksi. Penerapan prinsip-prinsip ISO 31000 memberikan arah dalam pengelolaan risiko yang berkelanjutan, khususnya dalam konteks pengambilan keputusan yang lebih cepat dan tepat. Dengan demikian, implementasi manajemen risiko yang terstruktur

memberikan kontribusi signifikan terhadap stabilitas operasional, sehingga meningkatkan kepercayaan pelanggan dan daya saing usaha konveksi di pasar.

Katakunci: Manajemen Risiko; ISO 31000; Industri Konveksi; Analisis SWOT; Stabilitas Operasional.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Syahira Rachmadina, Dena Destiani, Listi Sinta Nur Oktaviani, Najla Putri Pramesdianti, & Alfiana. (2025). Analisis Manajemen Risiko pada Usaha Konveksi Baju Muslim Wanita dalam Upaya Menjaga Stabilitas Operasional. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(4), 3099-3116. <https://doi.org/10.63822/1ca5zs59>

PENDAHULUAN

Dalam dunia industri, risiko akan selalu ditemui karena adanya ketidakpastian yang tidak dapat diprediksi sebelumnya yang dapat menyebabkan beberapa kerugian yang harus diterima oleh perusahaan. Begitu juga untuk usaha kecil menengah (UKM) dimana latar belakang modal yang kurang begitu kuat, menyebabkan risiko yang berakibat pada gangguan operasional, kerugian finansial dan bahkan akan mengarah pada kebangkrutan (Sari et al., 2017). Manajemen risiko adalah suatu pendekatan sistematis yang digunakan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mengelola risiko yang dapat memengaruhi pencapaian tujuan organisasi (Alfiana et al., 2024). Oleh karena itu, penelitian mengenai analisis manajemen risiko pada usaha konveksi menjadi penting sebagai dasar perencanaan dan pengembangan strategi operasional yang lebih baik.

Dalam era globalisasi yang semakin maju, industri manufaktur mengalami perkembangan yang sangat pesat di berbagai belahan dunia. Persaingan tidak hanya terjadi dalam lingkup nasional, tetapi juga dalam skala internasional, mendorong setiap pelaku industri untuk meningkatkan efisiensi, inovasi, dan terutama kualitas produk yang dihasilkan (Kristal Putih 2015). Salah satu sektor yang ikut terdampak oleh dinamika ini adalah industri konveksi, yang bergerak dalam produksi pakaian dan tekstil berskala besar (Safitri, 2025).

Bisnis konveksi merupakan salah satu sektor UMKM yang berkembang pesat di Indonesia. Konveksi merupakan bagian dari industri manufaktur skala kecil hingga menengah yang bergerak dalam produksi pakaian secara berkelanjutan sesuai pesanan maupun stok. Industri konveksi cenderung padat karya, menuntut keterampilan tenaga kerja, ketepatan proses pemotongan dan penjahitan, serta manajemen waktu produksi yang baik. Persaingan yang ketat di industri pakaian, perubahan tren fashion yang cepat, serta tuntutan konsumen terhadap kualitas dan ketepatan waktu produksi menjadi tantangan utama bagi pelaku usaha konveksi.

Salah satunya konveksi baju muslim wanita dengan brand yang bernama Arraluce. Arraluce merupakan sebuah usaha produksi yang bergerak dalam bidang pembuatan busana Muslimah khususnya gamis dan abaya. Sebagai usaha konveksi, Arraluce memproduksi gamis dalam jumlah tertentu sesuai permintaan, baik untuk kebutuhan pemesanan grosir maupun reseller. Dalam operasionalnya, Arraluce mengusung konsep produksi fleksibel, yaitu mampu menyesuaikan desain, ukuran, model, serta jumlah pesanan berdasarkan permintaan.

Penelitian sebelumnya yang relevan mengenai analisis risiko operasional di industri garmen skala kecil telah dilakukan oleh Dinda Amalia Safitri dan Nelfiyanti (Safitri, 2025) dengan judul "Analisis Risiko Operasional Produksi pada Home Industry". Penelitian ini menganalisis risiko operasional yang terjadi pada proses produksi, mengidentifikasi risiko kegagalan yang paling signifikan, dan merumuskan langkah perbaikan yang diprioritaskan untuk mengurangi Tingkat cacatan produk dan keterlambatan pengiriman.

Rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi identifikasi risiko-risiko apa saja yang muncul dalam kegiatan operasional usaha konveksi baju muslim wanita yang dapat memengaruhi stabilitas operasional, bagaimana Tingkat kemungkinan serta dampak dari setiap kategori risiko seperti risiko pasar, keuangan, pemasaran, operasional dan sumber daya manusia, serta bagaimana penerapan manajemen risiko dilakukan dalam mengidentifikasi, menganalisis, dan mengevaluasi potensi risiko tersebut.

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami secara menyeluruh potensi risiko yang dapat muncul dalam aktivitas produksi pada usaha konveksi baju muslim wanita serta menelusuri bagaimana setiap risiko tersebut berpengaruh terhadap kestabilan operasional dan mutu produk yang dihasilkan.

Penelitian ini juga bertujuan memetakan tingkat kemungkinan terjadinya risiko dan besarnya dampak yang ditimbulkan dari berbagai aspek.

KAJIAN TEORITIS

Manajemen Risiko

Manajemen risiko adalah serangkaian prosedur dan metodologi yang digunakan untuk mengidentifikasi, mengukur, memantau dan mengendalikan risiko yang timbul dari kegiatan usaha atau bisnis. Salah satu tujuan manajemen risiko adalah untuk meningkatkan kinerja (performance) suatu organisasi/perusahaan. Manajemen risiko diperlukan seiring dengan meningkatnya kompleksitas lingkungan eksternal dan perubahan lainnya yang dapat mempengaruhi aktivitas perusahaan. Penerapan manajemen risiko yang baik harus memastikan bahwa organisasi tersebut mampu memberikan perlakuan yang tepat terhadap risiko yang akan mempengaruhinya (Yuniawati et al., n.d.).

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Perekonomian Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan yang pesat, dan sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong perekonomian negara. UMKM memberikan kontribusi besar terhadap penciptaan lapangan kerja, penyerapan tenaga kerja, dan pengentasan kemiskinan (Alfarizi et al., 2024). UMKM merupakan bisnis fleksibel dan memiliki banyak keuntungan dalam menjalankan bisnis. Beberapa keuntungan dalam menjalankan bisnis UMKM adalah tidak adanya hierarki dalam menyaring pendapat atau ide dari karyawan, serta karyawan memiliki kebebasan untuk bergerak dan menyampaikan ide tanpa dihalangi oleh hierarki bertingkat dibandingkan pada perusahaan besar (Nuryanti, 2025).

Industri Konveksi

Konveksi adalah proses pembuatan produk tekstil atau pakaian massal dengan menggunakan mesin jahit dan Teknik produksi lainnya. Bisnis ini biasanya dimulai dari skala kecil dengan modal terbatas dan sedikit jumlah karyawan. Namun, dengan perkembangan teknologi dan permintaan pasar yang tinggi, bisnis konveksi mampu tumbuh menjadi sebuah industri yang menghasilkan pendapatan signifikan bagi pemiliknya (Alfarizi et al., 2024). Bisnis konveksi merupakan salah satu jenis usaha yang menonjolkan pembuatan pakaian atau kebutuhan pakaian pada khususnya. Sedangkan konveksi membutuhkan tenaga kerja yang terkait dengan kegiatan mesin jahit. Konveksi menghasilkan barang-barang menjahit mulai dari komponen yang tidak dimurnikan, setengah jadi, hingga barang jadi (Hasbiah et al., 2022).

Konveksi Brand Arraluce

Arraluce merupakan salah satu brand yang dikembangkan oleh usaha konveksi baju muslim wanita yang berfokus pada produksi pakaian jadi maupun pesanan khusus (custom order) sesuai kebutuhan pelanggan. Dalam operasionalnya, Arraluce mengusung konsep produksi fleksibel, yaitu mampu menyesuaikan desain, ukuran, model, serta jumlah pesanan berdasarkan permintaan individual maupun reseller.

Selain menjalankan produksi untuk pasar lokal, konveksi ini juga menerapkan model pemasaran multi-channel. Produk Arraluce dipasarkan melalui dua jalur:

- (1) Distribusi ke pasar tradisional, sehingga produk dapat dijangkau oleh pembeli umum secara langsung.
- (2) Penjualan melalui platform online, seperti marketplace yang memungkinkan brand memiliki jangkauan pasar lebih luas dan mengikuti pola konsumsi digital masyarakat.

Strategi ini membuat usaha ini memiliki keunggulan kompetitif, yaitu kemampuan beradaptasi terhadap perubahan permintaan pasar, baik dari sisi volume produksi, variasi model, maupun preferensi konsumen.

Stabilitas Operasional

Jack C. Plano mengatakan bahwa stabilitas adalah suatu kondisi dari sebuah sistem yang komponennya cenderung tetap didalam atau kembali kepada suatu hubungan yang sudah mantap. Stabilitas sama dengan tiadanya perubahan yang mendasar atau kacau didalam suatu sistem atau perubahan yang terjadi pada batas-batas yang telah disepakati atau ditentukan. Dalam sebuah lembaga stabilitas adalah kestabilan situasi yang kondusif sehingga perusahaan atau suatu lembaga bisa berjalan dengan baik (Sutrisna, 2020).

Dalam kestabilan operasional sebuah produksi maka kita dapat melihat serta memperkirakan kemampuan produksi, biaya, dan tingkat produksi yang diharapkan hingga dicapai. Operational stability atau stabilitas operasional akan dikatakan sustain ataupun meningkat jika perusahaan dapat mengurangi pemborosan dalam setiap aktivitas produksi, dengan memastikan bahwa target produksi dapat tercapai serta kualitas juga terpenuhi sesuai dengan permintaan pelanggan (Alamsyah, 2023).

Framework ISO 31000

ISO 31000 merupakan standar yang berkaitan dengan manajemen risiko yang di kodifikasi oleh International Organization for Standardization (ISO) (Francisca Lady Nice, 2016). Pada penerapannya, ISO 31000 dapat diterapkan dalam berbagai jenis usaha publik atau swasta serta mampu menyiapkan prinsip dan tahapan mengelola risiko sehingga bisa digunakan sebagai gambaran dalam manajemen risiko guna menerapkan manajemen risiko yang lebih efektif (Bahrudin, 2016). Tujuan dari ISO sendiri adalah untuk memberikan prinsip-prinsip dan pedoman untuk manajemen risiko yang diakui secara universal (Utamajaya et al., 2021).

Framework ISO 31000 menggambarkan bagaimana manajemen risiko secara umum dibangun, dioperasikan, dipelihara, dan ditingkatkan dalam organisasi. ISO 31000 juga membantu organisasi untuk meminimalkan ancaman (threats) dan mengoptimalkan peluang (opportunities) agar tujuan organisasi dapat tercapai lebih efektif. Menurut ISO 31000: 2018 proses manajemen risiko adalah proses yang sistematis dalam menerapkan kebijakan, prosedur dan praktek dalam aktivitas komunikasi dan konsultasi risiko, menetapkan konteks dan kriteria risiko, melaksanakan penilaian risiko (risk assesment) yang meliputi identifikasi risiko, analisis risiko, dan evaluasi risiko, perlakuan risiko (risk treatment), pemantauan dan peninjauan, perekaman, dan pelaporan pengelolaan risiko (Ismawati et al., 2023).

Terdapat 7 proses manajemen risiko :

1. Penetapan konteks (Establish context)

Penetapan konteks adalah proses mendefinisikan parameter dasar baik internal maupun eksternal yang berhubungan dengan organisasi serta latar belakang risiko yang akan dinilai untuk mengelola risiko dan menentukan ruang lingkup serta kriteria untuk pelaksanaan proses.

2. Identifikasi risiko (Risk identification)

Identifikasi risiko adalah proses menemukan, mengakui, dan mencatat risiko yang bertujuan untuk mengidentifikasi kemungkinan yang akan terjadi dapat mempengaruhi tujuan organisasi.

3. Analisis risiko (Risk analysis)

Analisis risiko adalah pengembangan dari proses identifikasi risiko yang memberikan sebuah masukan dalam proses risk assesment dan untuk menentukan tentang risiko yang akan dikelola beserta strateginya.

4. Evaluasi risiko (Risk evaluation)

Tujuan dari evaluasi risiko adalah membantu dalam mengambil keputusan, berdasarkan hasil analisis risiko mengenai risiko mana yang perlu perawatan dan prioritas untuk implementasi perawatan.

5. Pengendalian risiko (Risk treatment)

Risk treatment adalah proses langkah mitigasi untuk mengurangi ancaman terhadap proses pencapaian suatu proyek. Hal ini diputuskan berdasarkan hasil analisis risiko kualitatif dan atau kuantitatif.

6. Komunikasi dan konsultasi (Communication and consultation)

Dalam implementasi manajemen risiko dan pengelolaannya harus senantiasa dilakukan komunikasi maupun konsultasi kepada semua pihak yang berkepentingan dengan tujuan untuk menyamakan persepsi dan asumsi serta pengelolaan risiko yang optimal.

7. Pemantauan dan peninjauan (Monitoring and review)

Montoring dan review adalah proses dari implementasi respon risiko, memantau sisa risiko, mengidentifikasi risiko baru dan mengevaluasi efektivitas proses risiko sepanjang proyek. (Ismawati et al., 2023)

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah metode berbagai faktor dalam merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strength), dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats). (Freddy Rangkuti, 2006:18-19). Metode ini merupakan sebuah analisa yang cukup baik, efektif dan efisien serta sebagai alat yang cepat dan tepat dalam menemukan dan mengenali kemungkinan-kemungkinan yang berkaitan dengan inovasi baru dalam dunia bisnis (Andriani et al., 2021).

Menurut (Siagian, 2008) ada pembagian faktor-faktor strategis dalam analisis SWOT yaitu:

- A. Faktor berupa kekuatan; yang dimaksud dengan faktor-faktor kekuatan yang dimiliki oleh suatu perusahaan termasuk didalamnya. Satuan-satuan bisnis adalah antara lain kompetisi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha dipasaran.
- B. Faktor kelemahan; yang dimaksud dengan kelemahan ialah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan, dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan.
- C. Faktor peluang; definisi peluang secara sederhana peluang ialah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis organisasi.
- D. Faktor ancaman; pengertian ancaman merupakan kebalikan pengertian peluang yaitu faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis, jika tidak diatasi ancaman akan

menjadi bahaya bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun di masa depan organisasi. (Marginingsih, 2019)

Matriks Risiko

Penilaian risiko dapat dilakukan dengan menggunakan matrik penilaian risiko. Matriks penilaian risiko dapat digunakan untuk menghitung risiko pekerjaan dengan tepat dan cepat (Nurmalia et al., 2021). Matriks risiko merupakan alat yang digunakan untuk menilai tingkat risiko berdasarkan dua komponen utama, yaitu kemungkinan terjadi (likelihood) dan tingkat dampaknya (impact). Matriks ini biasanya disajikan dalam bentuk tabel seperti 3x3, 4x4, hingga 5x5, tergantung kebutuhan analisis (Guevara, 2025).

Terdapat 5 tingkat penilaian risiko yang digunakan untuk menghitung risiko.

Kemungkinan

Probabilitas (sumbu x) berkaitan dengan seberapa besar kemungkinan risiko tersebut terjadi. Lima tingkatan peringkat risiko dalam komponen ini adalah sebagai berikut:

1. Jarang terjadi – tidak mungkin terjadi dan/atau memiliki konsekuensi yang kecil atau tidak signifikan.
2. Tidak mungkin – mungkin terjadi dan/atau memiliki konsekuensi sedang.
3. Sedang – kemungkinan besar terjadi dan/atau memiliki konsekuensi serius.
4. Kemungkinan besar – hampir pasti terjadi dan/atau memiliki konsekuensi besar.
5. Hampir pasti – pasti terjadi dan/atau memiliki konsekuensi besar.

Dampak

Disebut juga tingkat keparahan atau konsekuensi. Dampak (sumbu y) bertujuan untuk menentukan tingkat efek yang dapat ditimbulkan bahaya terhadap kesehatan dan keselamatan di tempat kerja. Meskipun matriks risiko 5x5 dapat disesuaikan kebutuhan suatu organisasi, berikut ini merupakan istilah umum yang digunakan untuk menggambarkan 5 tingkatan untuk menentukan dampak risiko:

1. Tidak signifikan – tidak akan menyebabkan cedera atau penyakit serius.
2. Ringan – dapat menyebabkan cedera atau penyakit, hanya pada tingkat ringan.
3. Signifikan – dapat menyebabkan cedera atau penyakit yang mungkin memerlukan perhatian medis namun pengobatannya terbatas.
4. Mayor – dapat menyebabkan cedera atau penyakit yang tidak dapat disembuhkan dan memerlukan perhatian medis yang konstan.
5. Parah – dapat mengakibatkan kematian.

Setiap risiko mewaliki peringkat risiko yang dihitung berdasarkan tingkat probabilitas dan dampaknya. Umumnya, matriks risiko 5x5 menggunakan nilai numerik untuk merepresentasikan peringkat risiko dengan lebih baik. (Guevara, 2025)

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena peneliti ingin memperoleh gambaran yang mendalam mengenai bentuk-bentuk risiko operasional yang terjadi dalam proses produksi konveksi baju muslim wanita serta bagaimana strategi pengendalian risiko dilakukan oleh pemilik usaha. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti memahami situasi sebenarnya berdasarkan pengalaman dan perspektif langsung dari pelaku usaha

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan cara wawancara mendalam (In-Depth Interview) yang dilakukan secara langsung kepada pemilik konveksi menggunakan pedoman wawancara semi-terstruktur. Dan juga melalui observasi lapangan yang dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke tempat konveksi.

Lokasi dan Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah usaha konveksi baju muslim wanita dengan Brand Arraluce, yaitu sebuah UMKM yang bergerak dalam produksi busana muslim wanita, khususnya gamis dan abaya. Usaha ini memiliki karakteristik produksi fleksibel, dimana pemilik konveksi mampu menyesuaikan desain, ukuran, serta jumlah pesanan sesuai kebutuhan pelanggan maupun permintaan pasar. Lokasi penelitian berada di kompleks Taman Cibaduyut Indah, Terusan Cibaduyut, Kabupaten Bandung, Jawa Barat.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan untuk mengolah informasi yang diperoleh hasil wawancara mendalam dan observasi lapangan sehingga menghasilkan temuan yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan. Proses analisis dilakukan secara sistematis melalui tahapan-tahapan manajemen risiko yang mengacu pada pendekatan yang umum digunakan dalam analisis risiko operasional pada usaha kecil menengah. Penilaian risiko:

1. Identifikasi Risiko

Tim manajemen risiko harus melaksanakan identifikasi untuk mengenali risiko yang terjadi dan sejauh mana kerugian yang dihadapi perusahaan berdampak terhadap tujuan organisasi. Proses identifikasi risiko meliputi risiko yang bersumber dari internal maupun eksternal perusahaan.

2. Analisis Risiko

Setelah risiko teridentifikasi maka langkah selanjutnya adalah menganalisis risiko-risiko tersebut. Tujuan analisis risiko adalah mendalami sifat risiko, mengkaji dan mengukur bobot risiko. Faktor-faktor yang dianalisa diantaranya dampak risiko, sifat dan tingkat kerugian, kompleksitas dan keterkaitan antar risiko, efektivitas sistem pengendalian risiko, faktor waktu dan kompleksitas, serta sensitivitas dan tingkat keyakinan dalam penyelesaian risiko.

3. Evaluasi Risiko

Evaluasi risiko merupakan proses perbandingan hasil analisis risiko dengan kriteria risiko yang ditetapkan perusahaan. Hasil analisis menjadi dasar pengambilan kebijakan penanganan risiko. Proses evaluasi risiko menghasilkan alternatif pilihan berbagai kebijakan baik keputusan melanjutkan aktivitas bisnis atau memberhentikan aktivitas agar risiko tidak terjadi. (Ismawati et al., 2023)

4. Perlakuan Risiko

Perlakuan risiko adalah proses mengidentifikasi, menyeleksi dan menerapkan tindakan lanjut terhadap risiko-risiko yang dalam hasil evaluasi risiko tidak masuk dalam peringkat risiko yang dapat diterima atau dapat ditolerir. Tujuan dari perlakuan risiko adalah menurunkan atau menghilangkan dampak dari risiko-risiko tersebut yang dapat mengganggu pencapaian sasaran organisasi hingga masuk ke dalam kriteria dapat di terima (Nuryanti, 2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis SWOT

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha dan observasi langsung, diperoleh sejumlah informasi yang menjadi dasar dalam penyusunan analisis SWOT pada usaha konveksi Brand Arraluce ini. Seluruh elemen SWOT dirangkum pada berikut:

1. Kekuatan (Strength)
 - Harga yang kompetitif
 - Hasil jahitan yang berkualitas
 - Kepercayaan konsumen tinggi
2. Kelemahan (Weakness)
 - Tim penjahit belum seimbang jumlahnya dengan jumlah pesanan
 - Produk yang dihasilkan tidak diversifikasi jenis busana lain
 - Promosi digital masih minim
3. Peluang (Opportunities)
 - Potensi memperluas pasar
 - Penambahan tenaga kerja
 - Strategi pemasaran digital
4. Ancaman (Threats)
 - Persaingan antar konveksi sangat ketat
 - Konsumen cenderung memilih harga yang murah tanpa memperhatikan kualitas
 - Fluktuasi harga bahan baku

2. Identifikasi Risiko

Langkah berikutnya adalah mengidentifikasi berbagai risiko yang mungkin muncul pada setiap aktivitas operasional konveksi. Proses identifikasi dilakukan dengan mengelompokkan risiko ke dalam beberapa kategori, yaitu risiko pasar, risiko keuangan, risiko pemasaran, risiko operasional, dan risiko sumber daya manusia. Setiap jenis risiko disesuaikan dengan kondisi actual di lapangan serta informasi dari pemilik usaha. Rincian lengkap terkait jenis risiko dan peristiwa yang menyertainya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Identifikasi Risiko

Jenis Risiko	ID	Peristiwa
Risiko Pasar	R1	Permintaan pasar yang berfluktuasi karena perubahan musim fashion
	R2	Terlalu lama produksi menyebabkan pasar sudah tidak mau menerima produk
	R3	Persaingan harga tinggi
	R4	Masuknya kompetitor baru
	R5	Konsumen lebih memilih brand besar
	R6	Perubahan daya beli konsumen
Risiko Keuangan	R7	Keterlambatan penerimaan kas
	R8	Pembelian bahan baku dengan harga fluktuatif
	R9	Pengelolaan kas yang tidak optimal
	R10	Penumpukan stok bahan atau barang jadi
	R11	Biaya perbaikan mesin yang tiba-tiba muncul
	R12	Ketergantungan pada satu supplier

Risiko Pemasaran	R13	Kurang dalam mempromosikan secara digital
	R14	Brand awareness yang rendah
	R15	Perubahan tren fashion musiman
	R16	Tidak adanya strategi branding yang kuat
	R17	Konten pemasaran tidak rutin
	R18	Perubahan algoritma media sosial
Risiko Operasional	R19	Kain yang mudah kotor
	R20	Kesalahan penentuan ukuran
	R21	Keterlambatan pemasok bahan utama
	R22	Mesin rusak
	R23	Setiap model memiliki proses dan durasi produksi yang berbeda
Risiko Sumber Daya Manusia	R24	Keterlambatan pengiriman barang
	R25	Kekeliruan dalam membuat model
	R26	Kesalahan dalam pengecekan barang
	R27	Hasil jahitan antar pekerja yang berbeda-beda
	R28	Salah dalam memasang size
	R29	Kurangnya tenaga kerja ahli
Risiko Hukum	R30	Tidak adanya standar kerja yang tertulis
	R31	Tidak adanya perjanjian tertulis dengan pelanggan
	R32	Penggunaan desain atau motif yang memiliki hak cipta

(Sumber: Data diolah Peneliti, 2025)

Risiko yang telah diidentifikasi kemudian dianalisis lebih lanjut untuk menentukan dampak yang dapat ditimbulkan apabila risiko tersebut benar-benar terjadi. Penilaian dampak ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kerugian yang mungkin dialami usaha, baik dari sisi keuangan, kualitas produksi, operasional, maupun reputasi bisnis. Hasil penilaian dampak dari masing-masing risiko disajikan secara terperinci pada tabel berikut.

Tabel 2. Identifikasi Dampak Risiko

ID	Peristiwa	Dampak
R1	Permintaan pasar yang berfluktuasi karena perubahan musim fashion	Penjualan dapat menurun pada periode tertentu
R2	Terlalu lama produksi menyebabkan pasar sudah tidak mau menerima produk	Penurunan minat beli dan potensi kerugian stok
R3	Persaingan harga tinggi	Lambatnya pertumbuhan penjualan
R4	Masuknya kompetitor baru	Penurunan pangsa pasar
R5	Konsumen lebih memilih brand besar	Penjualan stagnan dan pertumbuhan lambat
R6	Perubahan daya beli konsumen	Penurunan jumlah pembelian
R7	Keterlambatan penerimaan kas	Arus kas terhambat
R8	Pembelian bahan baku dengan harga fluktuatif	HPP meningkat dan laba menurun
R9	Pengelolaan kas yang tidak optimal	Kekurangan dana harian dan pemborosan
R10	Penumpukan stok bahan atau barang jadi	Modal tertahan dan risiko kerusakan bahan
R11	Biaya perbaikan mesin yang tiba-tiba muncul	Menambah beban biaya
R12	Ketergantungan pada satu supplier	Risiko keterlambatan atau kenaikan harga tiba-tiba

R13	Kurang dalam mempromosikan secara digital	Jangkauan pasar kecil
R14	Brand awareness yang rendah	Produk sulit bersaing
R15	Perubahan tren fashion musiman	Produk lama tidak diminati
R16	Tidak adanya strategi branding yang kuat	Identitas brand atau perusahaan tidak dikenal
R17	Konten pemasaran tidak rutin	Engagement menurun dan pelanggan beralih
R18	Perubahan algoritma media sosial	Penurunan jangkauan iklan dan postingan
R19	Kain yang mudah kotor	Biaya tambahan muncul untuk perawatan dan pencucian
R20	Kesalahan penentuan ukuran	Produk harus diperbaiki yang mengakibatkan pemborosan waktu dan tenaga
R21	Keterlambatan pemasok bahan utama	Proses produksi tertunda
R22	Mesin rusak	Proses produksi tertunda
R23	Setiap model memiliki proses dan durasi produksi yang berbeda	Jadwal produksi tidak stabil dan target tidak tercapai
R24	Keterlambatan pengiriman barang	Menurunnya kepercayaan pelanggan
R25	Kekeliruan dalam membuat model	Menyebabkan ketidakpuasan pelanggan
R26	Kesalahan dalam pengecekan barang	Menurunkan citra merek
R27	Hasil jahitan antar pekerja yang berbeda-beda	Berpotensi meningkatkan complain atau retur dari pelanggan
R28	Salah dalam memasang size	Produk harus diperbaiki yang mengakibatkan pemborosan waktu dan tenaga
R29	Kurangnya tenaga kerja ahli	Penjualan dapat menurun pada periode tertentu
R30	Tidak adanya standar kerja yang tertulis	Penurunan minat beli dan potensi kerugian stok
R31	Tidak adanya perjanjian tertulis dengan pelanggan	Potensi timbulnya complain akibat perbedaan persepsi terkait detail pesanan
R32	Penggunaan desain atau motif yang memiliki hak cipta	Potensi menerima klaim pelanggaran hak cipta dari pemilik desain

(Sumber: Data diolah Peneliti, 2025)

3. Analisis Risiko

Langkah berikutnya dalam proses manajemen risiko adalah melakukan penilaian terhadap kemungkinan terjadinya setiap risiko. Penilaian ini dilakukan dengan menggunakan kriteria *Likelihood* yang menggambarkan seberapa sering suatu risiko berpotensi muncul dalam kegiatan operasional konveksi. Melalui pengukuran ini, usaha dapat mengetahui risiko mana yang jarang muncul dan risiko mana yang memiliki kecenderungan tinggi untuk terjadi. Penjelasan lengkap mengenai tingkatan *Likelihood* beserta frekuensi kejadiannya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3. Kriteria Penilaian Likelihood

Likelihood		Deskripsi	Frekuensi Kejadian
Nilai	Kriteria		
1	<i>Rare</i>	Risiko sangat jarang terjadi	>2 tahun
2	<i>Unlikely</i>	Risiko jarang terjadi	1 – 2 tahun
3	<i>Possible</i>	Risiko cukup sering terjadi	7 – 12 bulan
4	<i>Likely</i>	Risiko sering terjadi	4 – 6 bulan
5	<i>Certain</i>	Risiko selalu terjadi	1 – 6 bulan

(Sumber: Khofifah & Sudariswan, 2024)

Setelah tingkat kemungkinan terjadinya risiko dinilai, tahap selanjutnya adalah mengukur seberapa

Analisis Manajemen Risiko pada Usaha Konveksi Baju Muslim Wanita dalam Upaya Menjaga Stabilitas Operasional
(Rachmadina, et al.)

besar dampak yang ditimbulkan jika risiko tersebut benar-benar terjadi. Penilaian **Dampak (Impact)** ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh risiko terhadap kelancaran proses produksi, kualitas hasil, serta stabilitas operasional usaha konveksi. Setiap risiko memiliki tingkat keparahan yang berbeda, mulai dari dampak yang tidak signifikan hingga dampak yang dapat menghambat bahkan menghentikan aktivitas bisnis. Rincian kriteria *Impact* beserta deskripsinya disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4. Kriteria Penilaian Impact

Impact		Deskripsi
Nilai	Kriteria	
1	<i>Insignificant</i>	Risiko tidak mengganggu aktivitas dan proses bisnis pada instansi
2	<i>Minor</i>	Aktivitas pada instansi sedikit terhambat, namun tidak mengganggu aktivitas inti pada instansi
3	<i>Moderate</i>	Risiko tersebut mengganggu jalannya proses bisnis pada instansi, sehingga aktivitas bisnis sedikit terhambat
4	<i>Major</i>	Risiko tersebut menghambat hampir seluruh jalannya proses bisnis pada instansi
5	<i>Catastropic</i>	Risiko mengganggu jalannya proses bisnis yang ada secara menyeluruh dan menghentikan aktivitas instansi secara total

(Sumber: Khofifah & Sudariswan, 2024)

Setelah proses identifikasi risiko dilakukan, setiap peristiwa risiko kemudian dinilai berdasarkan dua parameter utama, yaitu tingkat kemungkinan terjadi (*likelihood*) dan besar dampak yang ditimbulkan (*impact*). Penilaian ini dilakukan untuk mengetahui risiko mana yang tergolong **Low**, **Medium**, hingga **High**, sehingga proses penanganan dapat diprioritaskan secara lebih efektif.

Penilaian *Likelihood* menggunakan skala 1 sampai 5 yang menggambarkan frekuensi terjadinya risiko dalam kurun waktu tertentu, sedangkan penilaian *Impact* juga menggunakan skala 1 sampai 5 untuk menunjukkan tingkat keparahan efek risiko terhadap proses bisnis. Hasil penilaian *likelihood* dan *impact* untuk setiap risiko yang telah diidentifikasi ditampilkan pada tabel berikut.

Tabel 5. Penilaian Likelihood dan Impact

ID	Peristiwa yang terjadi	Likelihood	Impact
R1	Permintaan pasar yang berfluktuasi karena perubahan musim fashion	3	3
R2	Terlalu lama produksi menyebabkan pasar sudah tidak mau menerima produk	2	3
R3	Persaingan harga tinggi	5	1
R4	Masuknya kompetitor baru	4	1
R5	Konsumen lebih memilih brand besar	3	1
R6	Perubahan daya beli konsumen	2	1
R7	Keterlambatan penerimaan kas	4	4
R8	Pembelian bahan baku dengan harga fluktuatif	2	3
R9	Pengelolaan kas yang tidak optimal	2	4
R10	Penumpukan stok bahan atau barang jadi	3	3
R11	Biaya perbaikan mesin yang tiba-tiba muncul	2	3
R12	Ketergantungan pada satu supplier	5	3
R13	Kurang dalam mempromosikan secara digital	4	3

R14	Brand awareness yang rendah	2	2
R15	Perubahan tren fashion musiman	3	3
R16	Tidak adanya strategi branding yang kuat	3	2
R17	Konten pemasaran tidak rutin	3	2
R18	Perubahan algoritma media sosial	3	2
R19	Kain yang mudah kotor	4	3
R20	Kesalahan penentuan ukuran	4	4
R21	Keterlambatan pemasok bahan utama	3	5
R22	Mesin rusak	2	4
R23	Setiap model memiliki proses dan durasi produksi yang berbeda	4	2
R24	Keterlambatan pengiriman barang	2	3
R25	Kekeliruan dalam membuat model	3	4
R26	Kesalahan dalam pengecekan barang	3	3
R27	Hasil jahitan antar pekerja yang berbeda-beda	3	3
R28	Salah dalam memasang size	3	4
R29	Kurangnya tenaga kerja ahli	2	4
R30	Tidak adanya standar kerja yang tertulis	3	3
R31	Tidak adanya perjanjian tertulis dengan pelanggan	2	2
R32	Penggunaan desain atau motif yang memiliki hak cipta	2	4

(Sumber: Data diolah Peneliti, 2025)

4. Evaluasi Risiko

Pada tahap evaluasi risiko, langkah selanjutnya adalah mengelompokkan risiko-risiko yang telah diidentifikasi dan dianalisis berdasarkan tingkat *Likelihood* (*kemungkinan*) dan *Impact* (*dampak*) yang telah dinilai sebelumnya. Berdasarkan hasil pemetaan pada matriks, risiko diklasifikasikan ke dalam tiga tingkatan utama: **High**, **Medium**, dan **Low**. Kriteria untuk setiap tingkatan ditentukan oleh kombinasi nilai likelihood dan impact. Risiko dengan tingkat High menunjukkan kombinasi likelihood dan impact yang tinggi sehingga memerlukan penanganan prioritas utama. Sementara itu, risiko Medium dan Low akan ditindaklanjuti dengan prioritas penanganan yang berbeda. Matriks yang digunakan untuk mengklasifikasi risiko disajikan pada tabel berikut.

Tabel 6. Matriks Evaluasi Risiko

Likelihood	<i>Certain</i>	5	Medium	Medium	High	High	High
	<i>Likely</i>	4	Medium	Medium	Medium	High	High
	<i>Possible</i>	3	Low	Medium	Medium	Medium	High
	<i>Unlikely</i>	2	Low	Low	Medium	Medium	Medium
	<i>Rare</i>	1	Low	Low	Low	Medium	Medium
	Impact		1	2	3	4	5
<i>Insignificant</i>			<i>Minor</i>	<i>Moderate</i>	<i>Major</i>	<i>Catastropic</i>	

(Sumber: Khofifah & Sudariswan, 2024)

Risiko-risiko yang telah diidentifikasi dan dinilai pada tahap analisis kemudian dipetakan secara individual ke dalam Matriks Evaluasi Risiko. Pemetaan ini dilakukan dengan menempatkan setiap peristiwa risiko berdasarkan skor *Likelihood* (pada sumbu vertikal) dan skor *Impact* (pada sumbu horizontal) yang telah ditetapkan.

Tabel 7. Matriks Evaluasi Risiko Berdasarkan Likelihood dan Impact

Likelihood	<i>Certain</i>	5	R3		R12		
	<i>Likely</i>	4	R4	R23	R13 R19	R7 R20	
	<i>Possible</i>	3	R5	R16 R17 R18	R1 R10 R15 R26 R27 R30	R25 R28	R21
	<i>Unlikely</i>	2	R6	R14 R31	R2 R8 R11 R24	R9 R22 R29 R32	
	<i>Rare</i>	1					
	Impact		1	2	3	4	5
			<i>Insignificant</i>	<i>Minor</i>	<i>Moderate</i>	<i>Major</i>	<i>Catastropic</i>

(Sumber: Data diolah Peneliti, 2025)

Langkah akhir dalam evaluasi adalah merangkum dan mengelompokkan secara terperinci seluruh peristiwa risiko yang berhasil diidentifikasi. Tabel ini menyajikan hasil akhir dari seluruh proses penilaian, memberikan daftar komprehensif dari seluruh risiko yang ada. Penyajian ini memudahkan identifikasi cepat terhadap risiko-risiko yang memerlukan perhatian dan penanganan paling mendesak. Berikut adalah daftar lengkap seluruh peristiwa risiko yang telah dikelompokkan berdasarkan tingkatannya.

Tabel 8. Pengelompokkan Risiko Berdasarkan Likelihood dengan Impact

ID	Peristiwa	Likelihood	Impact	Risk Level
R7	Keterlambatan penerimaan kas	4	4	High
R12	Ketergantungan pada satu supplier	5	3	High
R20	Kesalahan penentuan ukuran	4	3	High
R21	Keterlambatan pemasok bahan utama	3	5	High
R3	Persaingan harga tinggi	5	1	Medium
R4	Masuknya kompetitor baru	4	1	Medium
R23	Setiap model memiliki proses dan durasi produksi yang berbeda	4	2	Medium
R16	Tidak adanya strategi branding yang kuat	3	2	Medium
R17	Konten pemasaran tidak rutin	3	2	Medium
R18	Perubahan algoritma media sosial	3	2	Medium
R13	Kurang dalam mempromosikan secara digital	4	3	Medium
R19	Kain yang mudah kotor	4	3	Medium
R1	Permintaan pasar yang berfluktuasi karena perubahan musim fashion	3	3	Medium
R10	Penumpukan stok bahan atau barang jadi	3	3	Medium
R15	Perubahan tren fashion musiman	3	3	Medium
R26	Kesalahan dalam pengecekan barang	3	3	Medium
R27	Hasil jahitan antar pekerja yang berbeda-beda	3	3	Medium

R30	Tidak adanya standar kerja yang tertulis	3	3	Medium
R2	Terlalu lama produksi menyebabkan pasar sudah tidak mau menerima produk	2	3	Medium
R8	Pembelian bahan baku dengan harga fluktuatif	2	3	Medium
R11	Biaya perbaikan mesin yang tiba-tiba muncul	2	3	Medium
R24	Keterlambatan pengiriman barang	2	3	Medium
R25	Kekeliruan dalam membuat model	3	4	Medium
R28	Salah dalam memasang size	3	4	Medium
R9	Pengelolaan kas yang tidak optimal	2	4	Medium
R22	Mesin rusak	2	4	Medium
R29	Kurangnya tenaga kerja ahli	2	4	Medium
R32	Penggunaan desain atau motif yang memiliki hak cipta	2	4	Medium
R5	Penggunaan desain atau motif yang memiliki hak cipta	3	1	Low
R6	Perubahan daya beli konsumen	2	1	Low
R14	Brand awareness yang rendah	2	2	Low
R31	Tidak adanya perjanjian tertulis dengan pelanggan	2	2	Low

(Sumber: Data diolah Peneliti, 2025)

5. Perlakuan Risiko

Langkah terakhir dan paling krusial dalam siklus manajemen risiko adalah perlakuan risiko. Tahap ini berfokus pada perancangan dan penetapan tindakan korektif dan preventif yang ditujukan untuk mengelola setiap peristiwa risiko yang teridentifikasi. Strategi perlakuan mencakup berbagai opsi, seperti menghindari risiko, mengurangi kemungkinan atau dampaknya, mengalihkan risiko, atau menerima risiko yang kecil. Berikut tabel yang menyajikan rekomendasi tindakan risiko yang spesifik untuk setiap peristiwa, sebagai panduan praktis bagi usaha konveksi Brand Arraluce.

Tabel 9. Saran Perlakuan Risiko

ID	Peristiwa	Risk Level	Tindakan Risiko
R7	Keterlambatan penerimaan kas	High	Mengatur sistem pembayaran dengan termin jelas
R12	Ketergantungan pada satu supplier	High	Mencari alternatif supplier dan diversifikasi pasokan
R20	Kesalahan penentuan ukuran	High	Pemberian label ukuran yang konsisten dan melakukan pengecekan berlapis sebelum memulai proses
R21	Keterlambatan pemasok bahan utama	High	Menjaga stok bahan cadangan dan melakukan pemesanan bahan sebelum stok kritis
R3	Persaingan harga tinggi	Medium	Menawarkan keunggulan diferensiasi seperti kualitas bahan dan desain yang eksklusif

R4	Masuknya kompetitor baru	Medium	Menguatkan diferensiasi produk dan kualitas
R23	Setiap model memiliki proses dan durasi produksi yang berbeda	Medium	Menyusun timeline produksi per model dan alur kerja standar
R16	Tidak adanya strategi branding yang kuat	Medium	Menyusun konsep branding dan konsistensi visual
R17	Konten pemasaran tidak rutin	Medium	Membuat konten secara rutin
R18	Perubahan algoritma media sosial	Medium	Diversifikasi platform dan optimasi konten
R13	Kurang dalam mempromosikan secara digital	Medium	Mengoptimalkan penggunaan platform digital
R19	Kain yang mudah kotor	Medium	Menyimpan kain di ruang tertutup dan bersih dan memberi SOP kebersihan bahan
R1	Permintaan pasar yang berfluktuasi karena perubahan musim fashion	Medium	Melakukan riset tren fashion dan memperbarui desain sesuai musim
R10	Penumpukan stok bahan atau barang jadi	Medium	Mengatur pembelian berdasarkan permintaan
R15	Perubahan tren fashion musiman	Medium	Riset tren dan update katalog secara berkala
R26	Kesalahan dalam pengecekan barang	Medium	Menggunakan checklist pengecekan
R27	Hasil jahitan antar pekerja yang berbeda-beda	Medium	Menetapkan standar kualitas jahit (SOP QC) dan melakukan pelatihan teknik jahit
R30	Tidak adanya standar kerja yang tertulis	Medium	Menyusun SOP untuk seluruh proses produksi
R2	Terlalu lama produksi menyebabkan pasar sudah tidak mau menerima produk	Medium	Membuat timeline produksi yang lebih terstruktur
R8	Pembelian bahan baku dengan harga fluktuatif	Medium	Negoisasi kontrak harga dengan pemasok
R11	Biaya perbaikan mesin yang tiba-tiba muncul	Medium	Anggaran maintenance dan pengecekan rutin
R24	Keterlambatan pengiriman barang	Medium	Menyusun jadwal kerja dan pengiriman yang lebih terstruktur
R25	Kekeliruan dalam membuat model	Medium	Menyediakan contoh model dan pola yang jelas dan melakukan briefing sebelum memulai proses
R28	Salah dalam memasang size	Medium	Kontrol ukuran dua tahap sebelum finishing
R9	Pengelolaan kas yang tidak optimal	Medium	Pencatatan keuangan teratur dan monitoring kas
R22	Mesin rusak	Medium	Menyusun jadwal perawatan mesin
R29	Kurangnya tenaga kerja ahli	Medium	Rekrutmen khusus dan program pelatihan
R32	Penggunaan desain atau motif yang memiliki hak cipta	Medium	Melakukan verifikasi desain sebelum produksi untuk memastikan tidak melanggar hak cipta
R5	Konsumen lebih memilih brand besar	Low	Membangun brand identity dan meningkatkan kualitas
R6	Perubahan daya beli konsumen	Low	Menawarkan variasi harga atau paket promo
R14	Brand awareness yang rendah	Low	Optimasi branding dan kampanye promosi

R31	Tidak adanya perjanjian tertulis dengan pelanggan	Low	Membuat standar surat perjanjian kerja sama (SPK) untuk setiap pemesanan
-----	---	-----	--

(Sumber: Data diolah Peneliti, 2025)

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil identifikasi, penilaian, dan pemetaan risiko melalui matriks risiko pada usaha konveksi baju muslim wanita dengan brand Arraluce ini, dapat disimpulkan bahwa kegiatan operasional konveksi memiliki berbagai potensi risiko yang berasal dari aspek pasar, keuangan, pemasaran, operasional, dan sumber daya manusia. Meskipun sebagian besar risiko berada pada kategori Sedang (Medium) setelah dilakukan pengendalian, ancaman terbesar terhadap stabilitas operasional berada pada Tingkat Ekstrem. Risiko prioritas utama tersebut meliputi keterlambatan pengadaan bahan baku, kerusakan mesin produksi, dan ketidakakuratan pola/pemotongan. Risiko-risiko ini secara langsung bottleneck produksi, potensi kerugian finansial, dan penurunan daya saing produk.

Penerapan manajemen risiko telah berhasil meminimalkan sebagian besar risiko melalui tindakan preventif, seperti penguatan Standard Operating Procedure (SOP) dan diversifikasi pemasok. Namun, risiko-risiko yang tetap berada di tingkat Ekstrem menunjukkan bahwa perlakuan yang telah dilakukan belum memadai. Selain itu, penting bagi usaha konveksi untuk memperbaiki perencanaan produksi agar mampu menyesuaikan perubahan tren fashion dan dinamika permintaan pasar.

Secara keseluruhan, analisis ini menegaskan bahwa penerapan manajemen risiko secara sistematis berperan penting dalam menjaga stabilitas operasional dan kualitas produksi konveksi, sehingga usaha dapat meningkatkan efisiensi, mengurangi potensi kerugian, dan memperkuat daya saing di industri fashion muslim yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, B. (2023). *Stabilitas Operasional*. Coretan Lean. <https://blogcoretangw.blogspot.com/2017/07/stabilitas-operasional.html?m=1>
- Alfarizi, Maisur, & Agustina, E. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Salbian Konveksi di Kecamatan Pidie Kota Sigli. *Jurnal Pendidikan Dan Keguruan*, 4(1), 53–58.
- Alfiana, Dewi, I. C., & Harsono, I. (2024). *Manajemen Risiko dalam Pengambilan Keputusan Bisnis* (A. Zulfikri (ed.)). PT. Arunika Aksa Karya.
- Andriani, F., Tasa, N. N., Nurhasanah, S., Oktaviani, S., & Putri, M. (2021). Penerapan Analisis Swot Terhadap Penentuan Strategi Pemasaran (Studi Kasus Seblak dan Baso Aci Wak Acan Pekanbaru). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5, 2904–2910.
- Guevara, P. (2025). *A Guide to Understanding 5x5 Risk Assessment Matrix*. SafetyCulture. <https://safetyculture.com/topics/risk-assessment/5x5-risk-matrix>
- Hasbiah, S., Bado, B., Hasan, M., Fadilla, & Arifin, M. A. (2022). *Phinisi Integration Review Analisis Proses Bisnis dan Berkelanjutan UMKM Konveksi*. 5(2), 420–427. <https://doi.org/https://doi.org/10.26858/pir.v5i2.31572>
- Ismawati, L., Permatasari, R. D., Zulbetti, R., Alfiana, Silalahi, M., Ahmad, M. I. S., Adinegara, G. N. J., Manaf BS, P. A., Utami, E. Y., Harahap, L. R., & Syamil, A. (2023). *Manajemen Risiko Era Digital* (M. Y. Sianapar (ed.)). Media Sains Indonesia.
- Marginingsih, R. (2019). Analisis SWOT Technology Financial (FinTech) Terhadap Industri Perbankan. *Jurnal Humaniora*, 19(1), 55–60.
- Nurmala, R., Suwarno, & Arifin, M. Z. (2021). Mengkategorikan Resiko Kecelakaan Kerja Konstruksi

Analisis Manajemen Risiko pada Usaha Konveksi Baju Muslim Wanita dalam Upaya Menjaga Stabilitas Operasional
 (Rachmadina, et al.)

- Pada Proyek Pembangunan Pasar Pon Kabupaten Trenggalek Menggunakan Matriks Penilaian Resiko. *JURMATEKS*, 4(2). <https://doi.org/10.33364/konstruksi/v.18-1.772>
- Nuryanti, M. (2025). Analisis Manajemen Risiko pada UMKM Konveksi , Rancaekek , Kabupaten Bandung. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 1654–1667. <https://doi.org/doi.org/10.62710/3bgkez50>
- Safitri, D. A. (2025). Analisis Resiko Operasional Produksi Pada Home Industry Konveksi Dengan Metode FAILURE MODE EFFECT ANALYSIS (FMEA). 1–10.
- Sari, R. A., Yuniarti, R., & A, D. P. (2017). Analisa Manajemen Risiko Pada Indsutri Kecil Rotan di Kota Malang. *Journal of Engineering Management*, 2(2), 40–47.
- Sutrisna, A. (2020). Peranan Rusia Terhadap Organisasi Konferensi Islam (OKI) dalam Membangun Analisis Peradaban dengan Dunia Islam. <https://repository.radenfatah.ac.id/18871/3/2.pdf>
- Utamajaya, J. N., Afrina, & Fitriah, A. N. (2021). ANALISIS MANAJEMEN RISIKO TEKNOLOGI INFORMASI PADA PERUSAHAAN TOKO UJUNG PANDANG GROSIR PENAJAM PASER UTARA MENGGUNAKAN FRAMEWORK ISO 31000 : 2018. *Jurnal SEBATIK*, 25(2), 326–334. <https://doi.org//10.46984/sebatik.v25i2.1430>
- Yuniawati, R. A., Mere, K., Sukardi, K., & Anwar, A. (n.d.). *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi Peran manajemen risiko dalam meningkatkan kinerja perusahaan : studi manajemen sumber daya manusia*. 4(1), 32–42.