



Analisis Manajemen Risiko Pada UMKM Fashion Lokal Korean Style Menggunakan Pendekatan Enterprise Risk Management (ERM): Studi Kasus “MadebyHara”

Intan Nur'aini¹, Ai Malita Wulandari², Nayla Rubayyina Nugraha³, Nuri Triani Anggraeni⁴, Alfiana⁵

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

*Email : 230313136@umbandung.ac.id, 230313015@umbandung.ac.id, 230313200@umbandung.ac.id, 230313214@umbandung.ac.id, alfiana.dr@umbandung.ac.id

Email Koresponden : 230313136@umbandung.ac.id

Diterima: 28-12-2025 | Disetujui: 08-01-2026 | Diterbitkan: 10-01-2026

ABSTRACT

This study aims to analyze risk management within the local Korean-style fashion MSME MadebyHara using the Enterprise Risk Management (ERM) approach. A descriptive qualitative method was employed, utilizing direct observation and in-depth interviews with the business owner to identify, assess, and categorize business risks. The findings reveal 14 key risks classified into market, marketing, financial, operational, human resource, and legal–reputation risks. Based on the risk matrix analysis, two risks fall into the high-risk category: intense competition with local Korean-style fashion brands and human error during packing and product delivery. Six risks are categorized as medium-level risks, including rapid changes in fashion trends, decreasing consumer purchasing power, declining social media engagement, unstable material supply, production delays, and customer complaints. Meanwhile, six other risks are identified as low-level risks. The results indicate that marketing and operational aspects represent the most significant sources of risk for MadebyHara. This study recommends several mitigation strategies, such as strengthening branding, enhancing product design innovation, implementing strict Standard Operating Procedures (SOPs) and quality control, diversifying suppliers, and improving workforce competence. Consistent application of ERM is expected to improve business resilience and support the sustainability of MadebyHara in the competitive fashion industry..

Keywords: Enterprise Risk Management; Fashion MSME; Risk Management; Korean Style; MadebyHara

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen risiko pada UMKM fashion lokal Korean style MadebyHara menggunakan pendekatan Enterprise Risk Management (ERM). Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif melalui observasi langsung dan wawancara mendalam dengan pemilik usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 14 risiko utama yang dikategorikan ke dalam risiko pasar, pemasaran, keuangan, operasional, sumber daya manusia, serta hukum dan reputasi. Berdasarkan matriks risiko, terdapat 2 risiko dengan level tinggi yaitu persaingan ketat dengan brand lokal dan human error dalam proses packing serta pengiriman produk. Risiko level menengah didominasi oleh perubahan tren, penurunan daya beli, penurunan engagement media sosial, keterlambatan produksi, kesalahan penjahitan, serta keluhan pelanggan. Sementara itu,

6 risiko lainnya berada pada tingkat rendah. Temuan ini menegaskan bahwa aspek pemasaran dan operasional merupakan sumber risiko terbesar bagi MadebyHara. Penelitian ini merekomendasikan strategi mitigasi seperti penguatan branding, inovasi desain, penerapan SOP dan quality control, diversifikasi pemasok, serta peningkatan kompetensi SDM. Implementasi ERM secara konsisten dinilai mampu meningkatkan ketahanan usaha dan menjaga keberlanjutan bisnis MadebyHara di tengah dinamika industri fashion yang kompetitif..

Katakunci: Enterprise Risk Management; UMKM Fashion; Manajemen Risiko; Korean Style; MadebyHara.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Nur'aini, I., Wulandari, A. M., Nugraha, N. R., Anggraeni, N. T., & Alfiana, A. (2026). Analisis Manajemen Risiko Pada UMKM Fashion Lokal Korean Style Menggunakan Pendekatan Enterprise Risk Management (ERM): Studi Kasus "MadebyHara". Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi, 2(1), 282-294. <https://doi.org/10.63822/4dk69n82>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia sebagai penopang penyerapan tenaga kerja dan pemberdayaan ekonomi lokal. Sektor fashion, khususnya sub-sektor fashion lokal dengan gaya Korean style, menunjukkan pertumbuhan yang signifikan akibat perubahan preferensi konsumen, penetrasi platform digital, serta pengaruh budaya populer Korea. Namun, pertumbuhan cepat ini juga membawa berbagai ketidakpastian dan risiko. Mulai dari gangguan rantai pasok, perubahan selera pasar, hingga risiko keuangan dan reputasi yang bila tidak dikelola dapat mengancam kelangsungan usaha UMKM. Pentingnya pengelolaan risiko yang sistematis menjadi landasan bagi penelitian ini.

Pendekatan Enterprise Risk Management (ERM) menawarkan kerangka terpadu untuk mengidentifikasi, menilai, dan mengelola risiko secara holistik pada tingkat organisasi. Penelitian dan tinjauan literatur menunjukkan bahwa penerapan ERM pada skala UMKM dapat meningkatkan kinerja dan ketahanan usaha meskipun menghadapi hambatan seperti sumber daya terbatas dan proses yang masih informal. Adopsi ERM pada UMKM membantu menghubungkan manajemen risiko dengan strategi bisnis sehingga keputusan menjadi lebih proaktif dan terukur.

Dalam konteks industri fashion, risiko rantai pasok dan operasional menjadi sorotan utama termasuk keterlambatan pasokan bahan baku, fluktuasi permintaan, serta tekanan terhadap praktik keberlanjutan dan citra merek. Studi terkait sektor clothing menemukan kategori risiko yang sering muncul pada peritel dan produsen fashion, yaitu risiko pasokan, permintaan, keuangan, lingkungan, dan operasional; hal ini menegaskan kebutuhan UMKM fashion untuk menerapkan mekanisme identifikasi dan mitigasi risiko yang lebih formal.

Studi kasus pada UMKM lokal seperti MadebyHara diperlukan untuk memahami bagaimana kerangka ERM dapat diadaptasi pada karakteristik usaha fashion Korean style, mengintegrasikan aspek kreativitas desain, pemasaran digital, serta pengelolaan pasokan lokal. Melalui analisis ERM, penelitian ini bertujuan memetakan profil risiko, menentukan level prioritas risiko, dan merumuskan strategi mitigasi yang praktis sehingga dapat memperkuat keberlanjutan usaha serta daya saing MadebyHara di pasar lokal dan daring. Pendekatan studi kasus juga sejalan dengan penelitian-penelitian terapan ERM pada UMKM di Indonesia yang menunjukkan nilai praktis bagi pelaku usaha setempat.

KAJIAN TEORITIS

Manajemen Risiko

Manajemen risiko merupakan proses sistematis untuk mengidentifikasi, menganalisis, mengevaluasi, dan mengendalikan potensi risiko yang dapat memengaruhi pencapaian tujuan organisasi. Menurut ISO 31000:2018, manajemen risiko mencakup pendekatan terintegrasi untuk mengelola ketidakpastian secara proaktif guna menciptakan dan melindungi nilai organisasi. Dalam konteks UMKM, penerapan manajemen risiko menjadi krusial untuk menjaga stabilitas usaha, meningkatkan efektivitas pengambilan keputusan, serta memperkuat daya saing di tengah perubahan pasar yang dinamis (Mthiyane & Oyekunle, 2022). Pendekatan Enterprise Risk Management (ERM) hadir sebagai kerangka yang menyatukan seluruh proses manajemen risiko agar risiko dapat dikelola secara strategis dan terukur, bukan

hanya secara operasional (Ahmad & Teo, 2024). ERM juga menekankan pentingnya membangun budaya sadar risiko (risk-aware culture) sehingga organisasi, termasuk UMKM, mampu mengidentifikasi dan merespons risiko lintas fungsi secara komprehensif (Sinaga, Pandiangan, & Simbolon, 2024). Dengan demikian, penerapan manajemen risiko berbasis ERM menjadi landasan penting bagi UMKM fashion seperti MadebyHara dalam menjaga keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis di era digital yang kompetitif.

UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor vital dalam perekonomian Indonesia karena berperan besar dalam penyerapan tenaga kerja, pemerataan pendapatan, serta kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Menurut Tambunan (2019), UMKM berfungsi sebagai penggerak utama ekonomi rakyat dan pendorong inovasi di tingkat lokal. Dalam era digital, UMKM menghadapi tantangan sekaligus peluang baru melalui pemanfaatan teknologi informasi dan platform daring yang dapat memperluas jangkauan pasar (Rahman, 2021). Namun, keterbatasan modal, sumber daya manusia, dan kemampuan manajerial masih menjadi hambatan utama yang perlu diatasi melalui pelatihan dan penguatan kapasitas (Susanti, 2022). Oleh karena itu, pengembangan dan keberlanjutan UMKM membutuhkan dukungan kebijakan, manajemen risiko yang baik, serta inovasi berkelanjutan agar mampu bersaing di pasar global.

MadebyHara

MadebyHara merupakan brand fashion lokal yang berdiri sejak tahun 2016, lahir dari kecintaan pendirinya terhadap dunia fashion bergaya Korean style yang identik dengan konsep simpel, elegan, dan estetik. Sebagai pelaku UMKM di sektor fashion, MadebyHara berfokus pada pengembangan desain busana yang menyesuaikan tren Korea modern dengan preferensi konsumen lokal.

Enterprise Risk Management (ERM)

Enterprise Risk Management (ERM) merupakan pendekatan terpadu dalam mengelola seluruh risiko organisasi secara strategis untuk mendukung pencapaian tujuan dan keberlanjutan bisnis. Berdasarkan kerangka COSO (2017), ERM membantu organisasi mengidentifikasi, menilai, dan merespons risiko dengan mempertimbangkan hubungan antar fungsi bisnis. Bagi UMKM, penerapan ERM penting untuk meningkatkan efektivitas pengambilan keputusan dan ketahanan terhadap ketidakpastian pasar (Ahmad & Teo, 2024). Penelitian menunjukkan bahwa ERM tidak hanya mengurangi potensi kerugian, tetapi juga memperkuat daya saing dan kepercayaan pemangku kepentingan (Mthiyane & Oyekunle, 2022; Sinaga, Pandiangan, & Simbolon, 2024). Dengan demikian, ERM menjadi fondasi penting bagi UMKM fashion seperti MadebyHara dalam mengelola risiko secara proaktif dan berkelanjutan.

Analisis SWOT

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) merupakan metode strategis yang digunakan untuk menilai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberhasilan suatu organisasi atau usaha. Menurut Lubis et al. (2025), analisis SWOT membantu pelaku UMKM memahami posisi bisnisnya dengan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman dari

lingkungan eksternal guna merumuskan strategi yang efektif. Pendekatan ini juga menjadi alat penting dalam perencanaan jangka panjang karena mampu mengarahkan keputusan manajerial yang berbasis pada kondisi riil usaha (Akuntansi YAI, 2024). Selain itu, penelitian Lukman & Rachmawati (2024) menegaskan bahwa penggunaan analisis SWOT pada UMKM dapat meningkatkan kemampuan adaptasi terhadap perubahan pasar dan memperkuat daya saing bisnis. Dengan demikian, analisis SWOT berperan penting bagi pelaku usaha, termasuk sektor fashion lokal seperti MadebyHara, dalam merancang strategi pengembangan yang berkelanjutan.

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 3×3 dan 4×4. Pada penelitian ini, digunakan matriks risiko 3×3, yaitu matriks penilaian risiko yang berisi seperangkat nilai untuk probabilitas dan tingkat keparahan bahaya. Pendekatan ini membantu peneliti dalam menilai sejauh mana suatu risiko dapat memengaruhi keberlangsungan usaha. Menurut Adhyka (2023), matriks risiko berfungsi sebagai alat visual yang menggambarkan tingkat bahaya berdasarkan dua variabel utama, yaitu kemungkinan terjadinya risiko dan dampaknya terhadap organisasi.

Keparahan

- Marginal: Bahaya dapat dikendalikan dan tidak menimbulkan dampak signifikan terhadap operasional.
- Sedang: Bahaya dapat menyebabkan usaha berada dalam kondisi terancam, namun masih dapat ditangani dengan langkah mitigasi.
- Kritis: Bahaya dapat mengakibatkan terhambatnya kegiatan operasional bahkan penghentian total aktivitas usaha.

Probabilitas

- Mustahil: Risiko sangat kecil terjadi, namun masih memiliki kemungkinan pada kondisi tertentu.
- Sese kali: Risiko dapat terjadi pada waktu-waktu tertentu dalam periode usaha.
- Kemungkinan: Risiko memiliki intensitas yang lebih sering terjadi sehingga memerlukan perhatian lebih besar.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Bagian Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam penerapan Enterprise Risk Management (ERM) pada UMKM fashion lokal MadebyHara. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman kontekstual mengenai proses identifikasi, penilaian, serta pengendalian risiko yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam menghadapi dinamika bisnis. Metode ini menekankan pada pemaparan fakta dan interpretasi data berdasarkan kondisi nyata di lapangan tanpa manipulasi variabel penelitian.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu **observasi** langsung dan **wawancara** mendalam (in-depth interview). Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung terhadap aktivitas operasional MadebyHara, meliputi proses produksi, manajemen stok dan pemasaran digital. Sedangkan wawancara mendalam dilakukan secara tatap muka bersama pemilik MadebyHara di lokasi operasional untuk memperoleh informasi terkait pengalaman dalam menghadapi risiko usaha, strategi pengendalian yang diterapkan, dan pandangan terhadap pentingnya penerapan manajemen risiko berbasis ERM.

Data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara kemudian dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis dilakukan dengan menelaah pola, tema, serta hubungan antar temuan yang relevan dengan kerangka kerja. Untuk menjaga validitas data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi sumber dan metode, yaitu dengan membandingkan hasil observasi lapangan dengan pernyataan informan serta data dokumentasi pendukung seperti catatan operasional dan aktivitas promosi MadebyHara.

Dalam proses analisis risiko berdasarkan prinsip Enterprise Risk Management, penelitian ini melalui empat langkah utama, yaitu:

1. Identifikasi Risiko. Mengidentifikasi potensi risiko yang mungkin terjadi pada kegiatan usaha MadebyHara berdasarkan pengalaman pemilik dan kondisi aktual. Setiap risiko dinilai dari kemungkinan terjadinya serta dampaknya terhadap tujuan bisnis.
2. Analisis Risiko. Menilai tingkat kemungkinan dan dampak risiko dengan menggunakan matriks manajemen risiko agar proses klasifikasi dan interpretasi data lebih terarah.
3. Evaluasi Risiko. Menentukan prioritas risiko yang perlu ditangani segera dan risiko yang cukup dipantau sesuai dengan kondisi serta sumber daya MadebyHara.
4. Perlakuan Risiko. Menetapkan strategi penanganan seperti mitigasi, penghindaran, berbagi, atau penerimaan risiko sesuai kemampuan UMKM untuk menjaga keberlanjutan usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Analisa SWOT

Jika Berikut adalah analisis SWOT yang diperoleh dari proses observasi dan wawancara langsung kepada pemilik MadebyHara. Disajikan pada tabel di bawah.

Tabel 1. Analisa SWOT MadebyHara

SWOT ANALYSIS MADEBYHARA	Strenght (S)	Weakness (W)
Opportunities (O)	Strategi (S-O)	Strategi (W-O)
1. Desain fashion mengikuti tren yang sedang diminati Gen Z dan milenial.	1. Mengoptimalkan kekuatan brand dengan promosi digital agar menjangkau pasar luas.	Meningkatkan kapasitas produksi dengan sistem pre-order agar tidak kehabisan

Analisis Manajemen Risiko Pada UMKM Fashion Lokal Korean Style Menggunakan Pendekatan Enterprise Risk Management (ERM): Studi Kasus "MadebyHara"
(Nuraini, et al.)

2. Aktivitas Promosi aktif di media sosial.	2. Mengembangkan koleksi limited edition untuk menarik minat pasar muda.	stok.
3. Potensi kolaborasi dengan influencer lokal.		
Threats (T)	Strategi (S-T)	Strategi (W-T)
1. Persaingan tinggi dengan brand fashion Korean Style lokal.	1. Memperkuat unique selling point (desain modest Korean look khas MadebyHara).	1. Membuat perencanaan stok dan manajemen risiko tren agar tidak kelebihan atau kekurangan produksi.
2. Perubahan tren fashion yang sangat cepat.	2. Diversifikasi pemasok bahan agar tidak tergantung pada satu sumber.	2. Meningkatkan kualitas SDM dalam desain dan pemasaran digital untuk mengurangi risiko kesalahan produksi dan promosi.
3. Ketergantungan pada pemasaran digital (algoritma media sosial yang tidak stabil).		

(Sumber: Data diolah, 2025)

2) Identifikasi Risiko

Berikut adalah identifikasi risiko yang diidentifikasi berdasarkan jenis risikonya, yaitu risiko pasar, risiko pemasaran, risiko keuangan, risiko operasional, risiko sumber daya manusia, risiko hukum dan reputasi

Tabel 2 Identifikasi Risiko

Jenis Risiko	ID	Peristiwa
Risiko Pasar	R01	Perubahan tren Korean style yang sangat cepat.
	R02	Persaingan ketat dengan brand lokal.
	R03	Penurunan daya beli konsumen akibat kondisi ekonomi.
Risiko Pemasaran	R04	Penurunan engagement di media sosial karena algoritma berubah.
	R05	Strategi promosi kurang efektif.
	R06	Ketergantungan pada platform e-commerce.
Risiko Keuangan	R07	Pengelolaan arus kas belum terstruktur.
Risiko Operasional	R10	Keterlambatan produksi akibat stok bahan baku tidak stabil.
	R11	Kesalahan dalam cutting atau penjahitan produk.
	R13	Gangguan pasokan dari pemasok bahan kain utama.
Risiko Sumber Daya Manusia	R14	Keterbatasan tenaga kerja terampil dalam desain.
	R15	Human error dalam proses packing dan pengiriman produk.
Risiko Hukum & Reputasi	R16	Risiko pelanggaran hak cipta desain atau plagiasi dari pihak lain.
	R17	Keluhan pelanggan di media sosial yang dapat menurunkan citra merek.

(Sumber: Data diolah, 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 MadebyHara. Tersaji pada tabel 3 di bawah.

Tabel 3 Identifikasi Dampak Risiko

ID	Peristiwa	Dampak
R01	Perubahan tren Korean style yang sangat cepat.	Penumpukan stok dan penurunan penjualan.
R02	Persaingan ketat dengan brand lokal.	Penurunan pangsa pasar.
R03	Penurunan daya beli konsumen akibat kondisi ekonomi.	Penurunan volume penjualan.
R04	Penurunan engagement di media sosial karena algoritma berubah.	Penurunan traffic dan awareness merek.
R05	Strategi promosi kurang efektif.	Kampanye tidak menghasilkan konversi.
R06	Ketergantungan pada platform e-commerce.	Jika platform bermasalah, penjualan langsung berdampak.
R07	Pengelolaan arus kas belum terstruktur.	Risiko kekurangan likuiditas.
R10	Keterlambatan produksi akibat stok bahan baku tidak stabil.	Keterlambatan pengiriman.
R11	Kesalahan dalam cutting atau penjahitan produk.	Produk cacat meningkat.
R13	Gangguan pasokan dari pemasok bahan kain utama.	Produksi berhenti sementara.
R14	Keterbatasan tenaga kerja terampil dalam desain.	Waktu produksi menjadi lebih lama.
R15	Human error dalam proses packing dan pengiriman produk.	Produk salah kirim.
R16	Risiko pelanggaran hak cipta desain atau plagiasi dari pihak lain.	Kehilangan keunikan merk.
R17	Keluhan pelanggan di media sosial yang dapat menurunkan citra merek.	Reputasi merk menurun.

(Sumber: Data diolah, 2025)

3) Analisa Risiko

Langkah berikutnya, yaitu melakukan penilaian pada risiko berdasarkan 5 kriteria likelihood yang dapat mengukur frekuensi terjadinya risiko pada MadebyHara, diantaranya risiko sangat sering terjadi, risiko jarang terjadi, risiko cukup sering terjadi, risiko sering terjadi dan risiko selalu terjadi yang dapat dilihat pada tabel di 4 bawah.

Tabel 4 Kriteria Penilaian Likelihood

Likelihood		Deskripsi	Frekuensi Kejadian
Nilai	Kriteria		
1	<i>Rare</i>	Risiko hampir tidak terjadi	>2 tahun
2	<i>Unlikely</i>	Risiko jarang terjadi	1 – 2 tahun

3	<i>Possible</i>	Risiko mungkin terjadi	6 – 12 bulan
4	<i>Likely</i>	Risiko sering terjadi	3 – 6 bulan
5	<i>Certain</i>	Risiko selalu terjadi	1 – 3 bulan

(Sumber: Data diolah, 2025)

Setelah risiko diidentifikasi, dilanjutkan dengan penilaian pada dampak atau impact dari risiko yang terjadi pada MadebyHara berdasarkan 5 kriteria impact, diantaranya *Insignificant*, *Minor*, *Moderate*, *Major* dan *Catastrophic* yang dapat dilihat pada tabel 5 di bawah.

Tabel 5 Kriteria Penilaian Impact

Impact		Deskripsi
Nilai	Kriteria	
1	<i>Insignificant</i>	Risiko sangat kecil, tidak mengganggu proses bisnis
2	<i>Minor</i>	Risiko kecil, pengaruh terbatas pada sebagian aktivitas
3	<i>Moderate</i>	Risiko menengah, memengaruhi aktivitas utama namun masih dapat terkendali
4	<i>Major</i>	Risiko besar, mengganggu hampir seluruh aktivitas bisnis
5	<i>Catastrophic</i>	Risiko sangat besar, mengancam kelangsungan bisnis

(Sumber: Data diolah, 2025)

Dari penilaian frekuensi risiko kriteria likelihood pada Tabel 4 dan penilaian dampak yang dapat mempengaruhi dari adanya risiko pada tabel 5, Disajikan hasil dari penilaian frekuensi dan impact risk yang mungkin terjadi pada usaha MadebyHara.

Tabel 6 Penilaian Likelihood dengan Impact

ID	Peristiwa	Likelihood	Impact
R01	Perubahan tren Korean style yang sangat cepat.	4	2
R02	Persaingan ketat dengan brand lokal.	5	3
R03	Penurunan daya beli konsumen akibat kondisi ekonomi.	2	4
R04	Penurunan engagement di media sosial karena algoritma berubah.	4	2
R05	Strategi promosi kurang efektif.	2	2
R06	Ketergantungan pada platform e-commerce.	1	1
R07	Pengelolaan arus kas belum terstruktur.	2	2
R10	Keterlambatan produksi akibat stok bahan baku tidak stabil.	4	3
R11	Kesalahan dalam cutting atau penjahitan produk.	4	3
R13	Gangguan pasokan dari pemasok bahan kain utama.	2	2
R14	Keterbatasan tenaga kerja terampil dalam desain.	1	2
R15	Human error dalam proses packing dan pengiriman produk.	5	4
R16	Risiko pelanggaran hak cipta desain atau plagiasi dari pihak lain.	2	2

R17	Keluhan pelanggan di media sosial yang dapat menurunkan citra merek.	2	3
-----	--	---	---

(Sumber: Data diolah, 2025)

4) Evaluasi Risiko

Pada tahap ini, dilakukan proses evaluasi terhadap segala kemungkinan risiko yang telah dianalisis dari tahapan sebelumnya, yaitu penilaian risiko dan impact berdasarkan 5 kriteria. Sehingga risiko dapat dikategorikan sebagai 3 level risiko pada matriks evaluasi risiko, yaitu **Low** yang ditandai dengan warna (*Hijau*), **Medium** yang ditandai dengan (*Kuning*) dan **High** yang ditandai dengan warna (*Merah*). Cara pengelompokan dapat dilihat pada tabel 7 di bawah.

Tabel 7 Matriks Evaluasi Risiko

Likelihood	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
	Impact		1	2	3	4	5
			Insignificant	Minor	Moderate	Major	catastrophic

(Sumber: Data diolah, 2025)

Pengelompokan berdasarkan tingkatan level risiko yang dimulai dari yang paling tinggi hingga yang terendah agar dimasukkan ke dalam matriks yang sesuai dengan kriteria Likelihood dan kriteria Impact dengan perolehan hasil, yaitu 2 risiko dengan high level risk, 6 risiko dengan medium level risk dan 6 risiko dengan low level risk.

Tabel 8 Matriks Evaluasi Risiko Berdasarkan Likelihood dengan Impact

Likelihood	Certain	5			R02	R15	
	Likely	4		R01 R04	R10 R11		
	Possible	3					
	Unlikely	2		R05 R07 R13 R16	R17	R03	
	Rare	1	R06	R14			
	Impact		1	2	3	4	5
			Insignificant	Minor	Moderate	Major	catastrophic

(Sumber: Data diolah, 2025)

Terdapat 14 risiko yang telah diidentifikasi, dianalisa, dan dikategorikan oleh peneliti menggunakan matriks manajemen risiko pada MadebyHara dengan 2 peristiwa yang berisiko tinggi

diantaranya R02 dan R15. Kemudian 6 peristiwa yang berisiko medium diantaranya R01, R04, R10, R11, R17 dan R03. Serta 6 peristiwa yang berisiko rendah diantaranya R06, R05, R07, R13, R16, dan R14.

Tabel 9 Pengelompokkan Risiko Berdasarkan Likelihood dengan Impact

ID	Peristiwa	Likelihood	Impact	Risk Level
R02	Persaingan ketat dengan brand lokal	5	3	High
R15	Human error dalam proses packing dan pengiriman produk	5	4	High
R01	Perubahan tren Korean style yang sangat cepat	4	2	Medium
R03	Penurunan daya beli konsumen akibat kondisi ekonomi	2	4	Medium
R04	Penurunan engagement di media sosial karena algoritma berubah	4	2	Medium
R10	Keterlambatan produksi akibat stok bahan baku tidak stabil	4	3	Medium
R11	Kesalahan dalam cutting atau penjahitan produk	4	3	Medium
R17	Keluhan pelanggan di media sosial yang dapat menurunkan citra merek	2	3	Medium
R05	Strategi promosi kurang efektif	2	2	Low
R06	Ketergantungan pada platform e-commerce	1	1	Low
R07	Pengelolaan arus kas belum terstruktur	2	2	Low
R13	Gangguan pasokan dari pemasok bahan kain utama	2	2	Low
R14	Keterbatasan tenaga kerja terampil dalam desain	2	2	Low
R16	Risiko pelanggaran hak cipta desain atau plagiasi dari pihak lain	2	2	Low

(Sumber: Data diolah, 2025)

5) Perlakuan Risiko

Pada tahap terakhir ini, dilakukan Risk Treatment atau perlakuan risiko terhadap setiap peristiwa yang dimiliki risiko pada MadebyHara yang sudah dikelompokkan berdasarkan risk level pada tabel 9. Tahap ini membantu pemilik dalam pengambilan keputusan untuk perlakuan risiko yang disarankan peneliti pada risiko yang mungkin saja terjadi. Dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10 Saran Perlakuan Risiko

ID	Peristiwa	Risk Level	Tindakan Risiko
R02	Persaingan ketat dengan brand lokal	High	Inovasi desain dan penguatan branding merk
R15	Human error dalam proses packing dan pengiriman produk	High	Terapkan SOP dan Quality Control ketat
R01	Perubahan tren Korean style yang	Medium	Riset tren pasar dan adaptasi desain

	sangat cepat		cepat
R03	Penurunan daya beli konsumen akibat kondisi ekonomi	Medium	Sediakan varian produk terjangkau
R04	Penurunan engagement di media sosial karena algoritma berubah	Medium	Tingkatkan kualitas dan interaksi konten
R10	Keterlambatan produksi akibat stok bahan baku tidak stabil	Medium	Siapkan supplier alternatif
R11	Kesalahan dalam cutting atau penjahitan produk	Medium	Lakukan Quality Control di tiap tahap
R17	Keluhan pelanggan di media sosial yang dapat menurunkan citra merek	Medium	Tanggapi komplain dengan cepat dan sopan
R05	Strategi promosi kurang efektif	Low	Evaluasi dan perbarui strategi promosi berkala
R06	Ketergantungan pada platform e-commerce	Low	Diversifikasi saluran penjualan offline dan online
R07	Pengelolaan arus kas belum terstruktur	Low	Buat sistem pencatatan keuangan yang teratur
R13	Gangguan pasokan dari pemasok bahan kain utama	Low	Siapkan pemasok cadangan
R14	Keterbatasan tenaga kerja terampil dalam desain	Low	Rekrut tenaga kerja tambahan
R16	Risiko pelanggaran hak cipta desain atau plagiasi dari pihak lain	Low	Gunakan perjanjian non-plagiarisme dengan desainer

(Sumber: Data diolah, 2025)

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian dengan pendekatan Enterprise Risk Management (ERM) pada MadebyHara, ditemukan 14 risiko utama yang memengaruhi keberlangsungan usaha. Terdapat 2 risiko tinggi (High Risk Level) yaitu persaingan ketat dengan brand lokal (R02) dan human error dalam proses packing serta pengiriman (R15), yang berdampak langsung pada penjualan dan citra merek. 6 risiko menengah (Medium Risk Level) meliputi perubahan tren Korean style (R01), penurunan daya beli (R03), penurunan engagement media sosial (R04), keterlambatan produksi (R10), kesalahan penjahitan (R11), dan keluhan pelanggan (R17). Sementara itu, 6 risiko rendah (Low Risk Level) mencakup promosi kurang efektif (R05), ketergantungan platform e-commerce (R06), arus kas belum terstruktur (R07), gangguan pasokan bahan (R13), keterbatasan tenaga desain (R14), dan pelanggaran hak cipta (R16).

Secara keseluruhan, risiko terbesar berada pada aspek pemasaran dan operasional, yang berpengaruh terhadap stabilitas penjualan dan reputasi merek. Oleh karena itu, MadebyHara perlu konsisten menerapkan ERM untuk menjaga keberlanjutan bisnis. Sebagai saran, MadebyHara disarankan meningkatkan inovasi desain, memperkuat branding, menerapkan SOP dan Quality Control ketat, serta melakukan diversifikasi penjualan. Peningkatan kompetensi SDM dan interaksi positif dengan pelanggan juga penting untuk mempertahankan citra dan loyalitas merek.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhyka, N. (2023). Analisis Manajemen Risiko Menggunakan Pendekatan Enterprise Risk Management (ERM) pada UMKM Sektor Kreatif di Bandung. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Indonesia*, 5(2), 45-52.
- Ahmad, S. A., & Teo, P.-C. (2024). The Implementation of Enterprise Risk Management (ERM) Frameworks in Small and Medium Enterprises (SMEs): A Literature Review. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 14(9).
- Ahmad, S. A., & Teo, P.-C. (2024). The Implementation of Enterprise Risk Management (ERM) Frameworks in Small and Medium Enterprises (SMEs): A Literature Review. *IJARBS*, 14(9)
- Akuntansi YAI. (2024). Analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran (Studi Kasus UMKM Cassia Look). *Jurnal Inovasi Kewirausahaan*, 1(1). DOI: 10.37817/urnalinovasikewirausahaan.v1i1.3 634
- Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO). (2017). Enterprise Risk Management Integrating with Strategy and Performance. *Education (IJOSSE)*, 1(3). DOI: 10.62567/iiosse.v1i3.1322
- Hutagalung, A. M., & Situmorang, J. (2023). Analisis Manajemen Risiko Menggunakan Metode Enterprise Risk Management (ERM) pada UMKM di Kota Medan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 45-53. DOI: 10.32520/imbi.v9i1.1872 *International Journal of Business, Economics and Law*, 27(1), 45-51
- Lubis, K. S., Azhar Adam, A., Yusriadi, Y., Tanjung, A. P., & Salsabilla Azzahra, N. (2025). Analisis SWOT sebagai strategi penguatan daya saing UMKM depot air isi ulang pasca pendampingan manajerial dan digitalisasi. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 4(2). DOI: 10.35446/bisniskompetif.v4i2.2368
- Lukman, N. R., & Rachmawati, A. W. (2024). Analisis SWOT pada inovasi UMKM makanan tradisional (Studi Kasus Warung Seblak Priwial Kecamatan Cihampelas). *Indonesian Journal of Social Science and Macchion*, L., et al. (2024). Corporate social responsibility and risk management: Charting the course for a sustainable future of the fashion industry. *Global Sustainability / Cambridge University Press*.
- Mamun, M., et al. (2023). Supply Chain Risk Management in a Digital Era: Evidence from Clothing Retailers. *Journal of Risk and Financial Management*, 16(4), 242.
- Mthiyane, Z. Z. F., & Oyekunle, O. (2022). Risk Management Framework for SMEs in Developing Countries. *Risks*, 10(9), 173.
- Rahman, M. (2021). Digital Transformation and Performance of MSMEs in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business (JAFEB)*, 8(5), 963-972.
- Sinaga, E. R., Pandiangan, N. E., & Simbolon, H. P. (2024). Analisis Penerapan Enterprise Risk Management Terhadap Risiko Produk Halal UMKM Juragan Dimsum Kota Medan. *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research*, 1(3C).
- Susanti, Y. (2022). The Role of Entrepreneurial Competence in Strengthening MSMEs Sustainability.
- Tambunan, T. (2019). Recent Evidence of the Development of Micro, Small and Medium Enterprises in Indonesia. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(18).