

## **Analisis Manajemen Risiko Operasional pada Coffeeshop: Pendekatan Identifikasi, Evaluasi, dan Pengendalian Risiko**

**Tansa Bihsima Sinatrya<sup>1</sup>, Amira<sup>2</sup>**

Universitas Pancasakti Tegal<sup>1,2</sup>

\*Email Korespondensi: [tansasinatrya31@gmail.com](mailto:tansasinatrya31@gmail.com)

### **ABSTRACT**

#### **Sejarah Artikel:**

Diterima 03-12-2025

Disetujui 13-12-2025

Diterbitkan 15-12-2025

*The rapid expansion of the coffee shop industry has exposed business owners to various risks, ranging from supply chain disruptions and inconsistent ingredient quality to shifting customer behaviors. This study aims to capture how these risks arise and how effectively coffee shops are able to mitigate them. Data were collected through questionnaires distributed to individuals directly involved in day-to-day operations, ensuring that the findings reflect real conditions rather than assumptions. A descriptive quantitative approach was used to identify patterns of risk based on the respondents' actual working experiences. Initial results indicate that many coffee shops still face significant vulnerabilities, particularly in terms of fluctuating ingredient prices, irregular stock availability, and operational issues such as inconsistent beverage quality or service errors. Additional risks stem from intense market competition and technological problems, including interruptions in digital payment systems. Although several establishments have begun adopting certain control measures, their risk identification and assessment processes remain incomplete. These findings emphasize the necessity for a more structured risk management framework to help coffee shops adapt, survive, and compete within a constantly evolving industry landscape.*

**Keywords:** business risk, coffee shop, risk management, operations, supply chain

### **ABSTRAK**

Pertumbuhan bisnis coffeeshop yang terus meningkat dalam beberapa tahun terakhir membuat pelaku usaha semakin sering berhadapan dengan berbagai bentuk risiko, mulai dari masalah pasokan, kualitas bahan baku, hingga dinamika perilaku pelanggan. Penelitian ini mencoba memotret bagaimana risiko-risiko tersebut muncul dan sejauh mana coffeeshop mampu menanganinya. Data dikumpulkan melalui kuisioner yang diisi oleh individu yang terlibat langsung dalam operasional harian, sehingga informasi yang diperoleh benar-benar menggambarkan kondisi nyata di lapangan. Pendekatan yang dipakai bersifat deskriptif kuantitatif, dengan tujuan menilai kecenderungan risiko berdasarkan pengalaman praktis para responden. Hasil awal menunjukkan bahwa sebagian besar coffeeshop masih cukup rentan terhadap fluktuasi harga bahan baku, ketersediaan stok, serta gangguan operasional seperti kesalahan penyajian atau layanan yang tidak konsisten. Risiko lain yang kerap muncul berasal dari kompetisi antar kedai yang semakin ketat serta gangguan teknologi seperti error pada sistem pembayaran digital. Walaupun beberapa kedai sudah memiliki langkah-langkah pencegahan, proses identifikasi dan penilaian risiko masih belum dilakukan secara menyeluruh. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya penerapan manajemen risiko yang lebih terstruktur agar coffeeshop mampu bertahan dan tetap kompetitif di tengah persaingan industri yang cepat berubah.

**Kata kunci:** risiko usaha, coffeeshop, manajemen risiko, operasional, pasokan.

**Bagaimana Cara Sitas Artikel ini:**

Tansa Bihisma Sinatrya, & Amirah. (2025). Analisis Manajemen Risiko Operasional pada Coffeeshop: Pendekatan Identifikasi, Evaluasi, dan Pengendalian Risiko. Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2(1), 377-386. <https://doi.org/10.63822/ygkfj835>.

## PENDAHULUAN

Dalam satu dekade terakhir, budaya minum kopi di Indonesia mengalami perubahan besar. Kopi tidak lagi dipandang sekadar minuman penghilang kantuk, tetapi telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat urban. Fenomena ini terlihat dari menjamurnya coffeeshop di berbagai kota, mulai dari gerai kecil milik perorangan hingga kedai modern yang menawarkan konsep estetik dan teknologi layanan yang semakin maju. Pergeseran perilaku konsumsi ini didorong oleh banyak faktor, seperti meningkatnya minat generasi muda terhadap racikan kopi spesialti, berkembangnya tren nongkrong sambil bekerja, serta maraknya konten media sosial yang menampilkan pengalaman minum kopi sebagai bagian dari identitas diri (Suryaningrat & Hapsari, 2024).

Meskipun pertumbuhan industrinya terlihat menjanjikan, bisnis coffeeshop menyimpan tantangan yang tidak bisa dianggap ringan. Persaingan antar kedai menjadi semakin ketat, baik dari sisi harga, kualitas penyajian, maupun diferensiasi konsep. Banyak coffeeshop baru menghadirkan nuansa unik mulai dari desain interior, menu kreatif, hingga layanan digital yang membuat kompetisi semakin kompleks. Kondisi ini menempatkan pemilik usaha pada tekanan besar untuk terus berinovasi agar tidak kehilangan pelanggan yang semakin kritis dan mudah berpindah ke tempat lain (Amaliah et al., 2025).

Selain persaingan, aspek pasokan bahan baku juga menjadi salah satu sumber risiko yang paling sering muncul dalam industri ini. Ketersediaan biji kopi berkualitas, susu, gula, sirup, dan bahan pendukung lainnya sangat bergantung pada pemasok. Perubahan cuaca, kenaikan biaya distribusi, serta gejolak harga komoditas dapat menyebabkan kenaikan harga mendadak atau keterlambatan pasokan. Bagi coffeeshop yang memiliki standar rasa tertentu, sedikit saja perubahan kualitas bahan baku dapat memengaruhi konsistensi produk yang disajikan kepada pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa rantai pasok memainkan peran fundamental dalam menjaga stabilitas operasional kedai (Sihombing et al., 2024).

Risiko operasional juga tidak dapat diabaikan. Dalam aktivitas harian, berbagai kemungkinan gangguan dapat terjadi, seperti kesalahan pengukuran takaran, kerusakan alat seduh, antrean pelanggan yang tidak terkelola, hingga keluhan yang muncul akibat ketidakstabilan rasa minuman. Beberapa coffeeshop menghadapi risiko tambahan karena mempekerjakan banyak barista baru yang masih dalam proses adaptasi. Kesalahan kecil dalam penyajian minuman dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, dan pada akhirnya berdampak pada reputasi bisnis yang semakin sulit dipertahankan di era digital yang serba cepat dan sensitif terhadap ulasan negatif (Akbar et al., 2023).

Di sisi lain, perkembangan teknologi membawa peluang sekaligus ancaman. Banyak coffeeshop kini mengandalkan sistem pembayaran digital, aplikasi kasir, pemesanan berbasis QR, dan promosi melalui media sosial. Ketergantungan pada teknologi ini membuat usaha rentan terhadap gangguan sistem, seperti error pada aplikasi kasir, transaksi yang gagal, atau kesalahan sinkronisasi data. Jika masalah teknis terjadi pada jam padat, proses pelayanan dapat terganggu dan pelanggan berpotensi merasa kecewa. Tidak hanya itu, risiko keamanan data juga mulai menjadi perhatian ketika transaksi digital semakin mendominasi (Alam et al., 2025).

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa bisnis coffeeshop tidak hanya membutuhkan kreativitas dan manajemen pelayanan, tetapi juga pemahaman mendalam terkait risiko yang mungkin muncul. Tanpa pengelolaan risiko yang matang, potensi kerugian dapat terjadi secara tiba-tiba dan sulit dikendalikan. Risiko yang tidak teridentifikasi sejak awal bisa berkembang menjadi masalah besar dan mengganggu keberlangsungan usaha. Hal ini terutama penting bagi coffeeshop berskala kecil hingga menengah yang cenderung memiliki keterbatasan anggaran, tenaga kerja, dan kapasitas manajemen (Rinaldi et al., 2025).

Melihat kompleksitas tantangan tersebut, penelitian ini berupaya untuk menggambarkan kondisi risiko yang dihadapi beberapa coffeeshop berdasarkan hasil kuisioner. Melalui persepsi responden yang terlibat langsung pada operasional harian, penelitian ini memberikan gambaran umum mengenai seberapa besar paparan risiko yang muncul pada aspek operasional, pasokan, pelayanan, finansial, dan teknologi. Analisis ini diharapkan dapat membantu pemilik usaha memahami titik-titik kritis yang perlu diperhatikan serta menjadi dasar penyusunan strategi mitigasi risiko yang lebih terarah dan berkelanjutan. Dengan demikian, coffeeshop dapat mempertahankan kualitas layanan, menjaga posisi kompetitif, dan tetap bertahan di tengah cepatnya perubahan industri pangan dan minuman.

## **KAJIAN LITERATUR**

Kajian literatur ini disusun untuk memberikan gambaran teoretis mengenai risiko yang biasanya muncul dalam industri coffeeshop serta bagaimana manajemen risiko seharusnya diterapkan pada usaha kecil dan menengah. Pembahasan ini merangkum temuan dari berbagai penelitian terdahulu mengenai risiko pasar, rantai pasok, operasional, reputasi, dan teknologi dalam bisnis makanan dan minuman (F&B). Kajian teoritis ini bertujuan menjadi fondasi analisis terhadap hasil kuisioner yang menjadi dasar penelitian.

### **Risiko dalam Industri Coffeeshop dan Persaingan Pasar**

Industri coffeeshop termasuk kategori usaha yang sangat dipengaruhi oleh perubahan tren dan preferensi konsumen. Dalam beberapa tahun terakhir, gaya hidup masyarakat khususnya generasi muda mendorong pergeseran besar dalam cara orang memilih tempat untuk menikmati kopi. Konsumen kini tidak hanya mencari rasa dan aroma, tetapi juga suasana, kenyamanan, dan pengalaman visual yang dapat dibagikan di media sosial. Perubahan perilaku ini menciptakan peluang besar sekaligus risiko kompetitif bagi pemilik coffeeshop.

Persaingan antar coffeeshop semakin kompleks karena banyak pemain baru yang masuk dengan konsep kreatif, promo digital, atau menu yang terus berganti sesuai tren musiman. Ketatnya persaingan ini menuntut pemilik usaha untuk mampu mempertahankan kualitas cita rasa, keseragaman pelayanan, serta inovasi berkelanjutan agar pelanggan tidak berpindah ke kedai lain. Risiko pasar menjadi semakin tinggi ketika pelanggan memiliki lebih banyak pilihan alternatif serta akses cepat terhadap informasi mengenai harga dan kualitas melalui platform digital.

Selain itu, minat pelanggan terhadap kopi spesialti semakin meningkat, namun pasar ini sangat sensitif terhadap perubahan kualitas. Ketidakstabilan rasa dapat menyebabkan penurunan loyalitas, sehingga risiko kehilangan pelanggan merupakan ancaman besar. Dalam konteks ini, risiko pasar tidak hanya terkait dengan penurunan penjualan, tetapi juga mencakup perubahan tren, tingkat loyalitas konsumen, serta munculnya kompetitor baru yang lebih agresif.

### **Risiko Rantai Pasok dan Ketersediaan Bahan Baku**

Salah satu tantangan terbesar dalam bisnis coffeeshop adalah menjaga ketersediaan dan kualitas bahan baku utama seperti biji kopi, susu, sirup, gula, dan bahan pelengkap lainnya. Banyak penelitian menunjukkan bahwa rantai pasok di sektor F&B rentan terhadap fluktuasi harga, perubahan cuaca, kondisi logistik, dan ketergantungan pada pemasok tertentu. Ketika salah satu aspek ini terganggu, operasional coffeeshop dapat terkena dampaknya secara langsung.

Perubahan harga bahan baku, terutama biji kopi, merupakan risiko yang sering muncul. Variasi harga dapat terjadi akibat panen yang tidak stabil, kebijakan impor, atau perubahan permintaan global. Keterlambatan pengiriman dari pemasok dapat menyebabkan stok habis, sehingga coffeeshop tidak dapat menyajikan menu tertentu. Ketika stok bahan baku inti tidak tersedia, reputasi kedai bisa menurun karena pelanggan merasa pengalaman mereka terganggu.

Selain ketersediaan, kualitas bahan baku juga berpengaruh besar. Perubahan kecil pada tingkat sangrai, tekstur susu, atau kualitas sirup dapat menimbulkan inkonsistensi rasa yang langsung dirasakan pelanggan. Risiko ini semakin besar pada coffeeshop yang menggunakan bahan baku premium atau bekerja sama dengan pemasok yang terbatas jumlahnya.

Risiko rantai pasok ini menunjukkan bahwa pengelolaan pemasok, diversifikasi sumber bahan baku, serta manajemen inventaris sangat penting untuk menjaga stabilitas operasional coffeeshop.

### **Risiko Operasional dan Penciptaan Pengalaman Pelanggan**

Dalam setiap coffeeshop, aktivitas operasional berlangsung sepanjang hari, mulai dari persiapan bahan, teknik penyeduhan, pengaturan antrean pelanggan, hingga mekanisme pembayaran. Kompleksitas operasional ini membuka peluang munculnya berbagai risiko, terutama jika pengelolaan tidak dilakukan secara sistematis. Risiko operasional dalam konteks coffeeshop dapat berupa kesalahan barista dalam menakar bahan, perbedaan rasa antar shift, kerusakan alat seduh, hingga lambatnya pelayanan saat jam sibuk.

Kualitas pelayanan adalah bagian penting yang turut menentukan keberhasilan coffeeshop dalam mempertahankan pelanggan. Pelanggan yang merasa kecewa akibat antrean panjang, kesalahan pesanan, atau ketidaksopanan pelayanan akan lebih cepat memberikan ulasan negatif yang kemudian menyebar melalui media sosial. Risiko ini berkaitan dengan reputasi, karena citra sebuah kedai sangat mudah berubah akibat komentar online yang beredar luas.

Risiko operasional juga mencakup kebersihan tempat dan standar sanitasi. Lingkungan kedai yang tidak terurus dapat menurunkan kenyamanan pelanggan dan meningkatkan potensi complain. Dalam beberapa kasus, masalah kebersihan dapat menyebabkan kedai terkena teguran dari pihak berwenang atau bahkan kehilangan izin usaha. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian sector F&B bahwa kelalaian kecil di area operasional dapat memicu dampak besar terhadap keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

### **Risiko Teknologi pada Usaha Coffeeshop**

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara operasional coffeeshop berjalan. Banyak kedai kini mengandalkan sistem kasir digital, metode pembayaran non-tunai, aplikasi pemesanan, sistem inventaris otomatis, hingga analisis data pelanggan. Meskipun teknologi tersebut membantu mempercepat proses, ketergantungan pada perangkat digital menciptakan risiko baru yang perlu diantisipasi.

Gangguan sistem kasir dapat menyebabkan antrean panjang, transaksi tertunda, atau pencatatan penjualan yang tidak akurat. Selain itu, risiko keamanan data mulai menjadi perhatian ketika coffeeshop menyimpan data transaksi pelanggan atau informasi pembayaran. Serangan siber, error sistem, atau kerusakan perangkat dapat menghambat aktivitas operasional secara signifikan.

Tidak hanya itu, kegagalan teknologi pemasaran misalnya kesalahan dalam pengelolaan konten promosi atau ketidaksesuaian informasi harga pada aplikasi pengiriman makanan juga dapat berdampak buruk terhadap citra kedai. Dalam era serba cepat, kesalahan informasi dapat menyebar luas dan merusak kepercayaan pelanggan.

### **Manajemen Risiko pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM)**

Usaha kecil seperti coffeeshop biasanya memiliki struktur organisasi yang lebih sederhana dibanding perusahaan besar. Hal ini membuat pengambilan keputusan lebih cepat, namun sering kali tidak diiringi dengan dokumentasi dan sistem manajemen risiko yang formal. Banyak pemilik coffeeshop melakukan keputusan berdasarkan intuisi atau pengalaman pribadi, bukan melalui analisis risiko yang terukur.

Penelitian mengenai UKM menunjukkan bahwa risiko kerap muncul bukan hanya karena faktor eksternal, tetapi juga internal misalnya pola komunikasi yang tidak jelas, pembagian tugas yang tidak merata, atau kurangnya pelatihan karyawan. UKM sering kali lebih fokus pada operasional harian dan kurang memperhatikan potensi ancaman jangka panjang

Padahal, manajemen risiko yang baik mencakup proses identifikasi, analisis, evaluasi, penanganan, pemantauan, dan dokumentasi risiko. Ketika UKM mampu menerapkan tahapan tersebut, usaha dapat lebih siap menghadapi perubahan lingkungan bisnis, fluktuasi harga, maupun gangguan operasional. Dalam konteks coffeeshop, hal ini berarti kemampuan pemilik dalam memahami alur risiko mulai dari pasokan hingga pelayanan menjadi kunci keberlanjutan usaha.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, yaitu metode yang bertujuan memberikan gambaran menyeluruh mengenai kondisi risiko yang dihadapi oleh beberapa coffeeshop berdasarkan data yang diperoleh langsung dari responden. Pendekatan ini dipilih karena mampu memotret fenomena secara objektif, terutama ketika peneliti ingin mengetahui kecenderungan, pola, serta tingkat paparan risiko tanpa melakukan pengujian hubungan kausal atau model prediktif. Dengan kata lain, penelitian ini berfokus pada penyajian data sebagaimana adanya, lalu menafsirkannya berdasarkan teori manajemen risiko.

Responden penelitian merupakan individu yang terlibat langsung dalam aktivitas harian coffeeshop, seperti pemilik, pengelola, supervisor, maupun barista. Pemilihan responden dilakukan melalui metode purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang mempertimbangkan kemampuan responden dalam memberikan informasi akurat mengenai operasional kedai dan risiko yang mereka alami. Dengan pendekatan ini, data yang terkumpul diharapkan mencerminkan kondisi nyata bisnis, bukan sekadar persepsi umum masyarakat.

Instrumen pengumpulan data yang digunakan adalah kuisioner terstruktur yang disusun khusus untuk menganalisis tingkat risiko pada berbagai aspek bisnis coffeeshop, meliputi risiko pasokan bahan baku, operasional, layanan pelanggan, kebersihan, persaingan, hingga penggunaan teknologi digital. Kuisioner terdiri dari pertanyaan tertutup dengan pilihan jawaban yang dapat diukur, sehingga memudahkan proses kuantifikasi dan penafsiran data. Setiap item pertanyaan dirancang untuk menggali tingkat kemungkinan terjadinya risiko serta besarnya dampak yang dirasakan responden.

Jawaban kuisioner kemudian dikonversikan ke skor numerik sesuai kategori yang telah ditetapkan. Konversi ini dilakukan agar data dapat diolah menjadi nilai rata-rata yang menggambarkan tingkat risiko pada tiap aspek. Prosedur kuantifikasi ini memungkinkan peneliti untuk membandingkan tingkat risiko antarresponden sekaligus melihat gambaran umum kecenderungan risiko pada kelompok coffeeshop yang menjadi objek penelitian.

Setelah seluruh data terkumpul, langkah berikutnya adalah melakukan analisis deskriptif, yaitu teknik analisis yang berfokus pada penyajian nilai rata-rata, kecenderungan jawaban responden, serta interpretasi terhadap pola risiko yang muncul. Analisis deskriptif dipilih karena penelitian ini tidak bertujuan menguji hipotesis, melainkan ingin memberikan pemahaman mendalam mengenai kondisi risiko yang sedang dihadapi coffeeshop. Proses analisis meliputi penyusunan tabel skor, perhitungan rata-rata, interpretasi setiap variabel risiko, hingga pengelompokan tingkat risiko berdasarkan nilai yang diperoleh.

Untuk memastikan keandalan hasil analisis, setiap tahapan mulai dari pengumpulan data, konversi skor, hingga interpretasi dilaksanakan secara sistematis dan mengikuti prinsip-prinsip manajemen risiko dalam konteks usaha kecil dan menengah. Hasil analisis ini nantinya menjadi dasar bagi bagian pembahasan, yang akan mengaitkan skor rata-rata dengan kondisi nyata yang dialami oleh coffeeshop. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menyajikan angka, tetapi juga memberikan gambaran komprehensif mengenai risiko yang paling dominan serta area yang memerlukan perhatian khusus dalam pengelolaan usaha.

## PEMBAHASAN

**Tabel 1. Hasil Rata-Rata Tahap Manajemen Risiko pada Coffeeshop**

Tahap Manajemen Risiko	Rentang Pertanyaan	Rata-Rata ( $\bar{X}$ )	Interpretasi Nilai Rata-Rata
<b>Identifikasi Risiko</b>	Q7 – Q15	<b>3,67</b>	Risiko Tinggi (frekuensi serta potensi dampak risiko dianggap cukup besar oleh responden)
<b>Evaluasi &amp; Pengukuran Risiko</b>	Q16 – Q24	<b>3,32</b>	Risiko Sedang (penilaian terhadap dampak dan peluang risiko berada pada tingkat menengah)
<b>Pengelolaan Risiko</b>	Q25 – Q32	<b>4,61</b>	Pengelolaan Sangat Tinggi (mekanisme pengendalian risiko sudah diterapkan dengan sangat baik)

Hasil penelitian yang diperoleh dari kuisioner menunjukkan pola menarik mengenai bagaimana coffeeshop memahami dan mengelola risiko yang muncul dalam operasional sehari-harinya. Nilai rata-rata untuk tahap identifikasi risiko berada pada angka 3,67, yang mengindikasikan bahwa responden cukup menyadari adanya ancaman-ancaman penting yang berpotensi mengganggu jalannya usaha. Kesadaran ini terlihat dari kemampuan para pemilik atau pengelola coffeeshop dalam mengenali berbagai masalah yang biasanya muncul secara berulang, mulai dari pasokan bahan baku yang kerap tidak stabil, efektivitas penyajian minuman yang kadang tidak seragam, hingga potensi gangguan pada sistem pembayaran digital yang semakin menjadi hal vital dalam operasional kedai modern. Namun, meski tingkat kesadaran ini tergolong tinggi, proses identifikasi yang dilakukan para responden sebagian besar masih bersifat intuitif dan belum tersusun secara formal. Banyak pemilik yang baru menaruh perhatian setelah masalah benar-benar terjadi atau setelah pelanggan memberi keluhan. Pola seperti ini umum ditemukan pada usaha kecil dan menengah, khususnya di bidang F&B, yang biasanya memiliki struktur organisasi sederhana dan keterbatasan waktu untuk melakukan pemetaan risiko secara sistematis. Coffeeshop sering kali bergantung pada pengalaman pribadi pemilik atau barista senior dalam membaca situasi, sehingga beberapa risiko yang bersifat jarang terjadi tetapi memiliki dampak besar kerap terabaikan. Misalnya, risiko terputusnya pasokan susu dalam jumlah besar atau penurunan kualitas biji kopi akibat perubahan cuaca di daerah pemasok.

Kasus seperti ini jarang muncul, tetapi ketika terjadi, dapat melumpuhkan menu utama sekaligus memicu ketidakpuasan pelanggan.

Nilai rata-rata tahap evaluasi dan pengukuran risiko berada pada 3,32, yang mengindikasikan bahwa meskipun para responden mengetahui dan menyadari keberadaan risiko, mereka belum sepenuhnya memiliki instrumen yang tepat untuk menilai seberapa besar dampak dan probabilitas terjadinya risiko tersebut. Proses evaluasi yang dilakukan sebagian besar coffeeshop umumnya masih berbentuk penilaian ala kadarnya, seperti menilai risiko berdasarkan pengalaman pribadi, frekuensi masalah muncul, atau besarnya keluhan pelanggan yang diterima. Meskipun pendekatan berbasis pengalaman seperti ini dapat memberikan gambaran awal, pendekatan tersebut belum mampu memberikan tingkat presisi yang diperlukan untuk menentukan prioritas risiko secara objektif. Tanpa matriks risiko yang jelas atau alat ukur yang lebih kuantitatif, keputusan terkait mitigasi risiko cenderung ditentukan bukan berdasarkan bobot risiko, melainkan berdasarkan tekanan jangka pendek atau situasi yang sedang ramai dibicarakan. Misalnya, ketika terjadi gangguan sistem pembayaran digital selama jam sibuk, manajemen mungkin menganggap gangguan teknologi sebagai risiko yang paling serius, padahal dalam perspektif probabilitas dan dampak jangka panjang, risiko pasokan bahan baku atau inkonsistensi rasa mungkin lebih signifikan untuk keberlangsungan usaha. Minimnya dokumentasi data historis juga menjadi kendala dalam tahap evaluasi. Banyak coffeeshop yang tidak memiliki catatan terstruktur mengenai frekuensi kerusakan mesin, durasi downtime, atau variasi kualitas bahan baku dari pemasok. Hal ini membuat pemilik usaha kesulitan melakukan penilaian risiko berbasis data yang lebih akurat dan objektif. Evaluasi yang bersifat subjektif juga dapat menimbulkan bias, terutama ketika pemilik menganggap beberapa masalah tidak terlalu serius hanya karena jarang dialami, padahal dampak finansial atau operasionalnya bisa saja sangat besar.

Berbeda dengan kedua tahap sebelumnya, tahap pengelolaan risiko memperoleh nilai rata-rata yang sangat tinggi, yakni 4,61, yang menandakan bahwa coffeeshop telah memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menerapkan kontrol dan tindakan pencegahan risiko. Tingginya nilai ini menggambarkan bahwa meskipun coffeeshop belum sepenuhnya kuat dalam proses identifikasi dan evaluasi, mereka telah mengambil berbagai langkah praktis untuk menghadapi risiko yang mereka ketahui. Banyak responden mengaku sudah menerapkan SOP operasional yang cukup ketat, seperti prosedur kebersihan harian, pengecekan kualitas bahan baku sebelum digunakan, dan prosedur standar penyajian minuman agar kualitas rasa lebih konsisten. Selain itu, coffeeshop juga tampak sudah memiliki upaya mitigasi berupa pelatihan rutin bagi barista, pengaturan jadwal maintenance mesin espresso, serta penyediaan pemasok alternatif untuk bahan-bahan tertentu. Beberapa kedai bahkan sudah menyiapkan backup manual untuk transaksi pembayaran apabila terjadi gangguan pada sistem POS digital. Tingginya skor pengelolaan risiko ini juga mencerminkan fleksibilitas dan kecepatan respon pemilik coffeeshop dalam menghadapi masalah. Ketika terjadi gangguan atau keluhan pelanggan, sebagian besar pemilik segera melakukan tindakan korektif untuk menjaga kenyamanan pelanggan dan menghindari dampak reputasi yang lebih buruk. Namun, meskipun kontrol operasional sudah kuat, efektivitas kontrol tersebut belum sepenuhnya dapat dipastikan karena sebagian besar coffeeshop belum menerapkan alat evaluasi formal untuk mengukur seberapa jauh tindakan mitigasi yang dilakukan benar-benar berhasil menurunkan potensi risiko. Dengan kata lain, tindakan mitigasi memang dilakukan, tetapi belum dievaluasi secara ilmiah, sehingga belum diketahui apakah langkah tersebut benar-benar efektif atau hanya sekadar menjadi rutinitas yang tidak memberikan dampak signifikan.

Melihat keseluruhan pola nilai rata-rata tersebut, terlihat adanya ketidakseimbangan antara ketiga tahap manajemen risiko. Coffeeshop memiliki kesadaran yang tinggi tentang risiko dan juga cukup baik

dalam melakukan tindakan pengendalian risiko, tetapi masih kurang dalam kemampuan menilai risiko secara mendalam. Pola seperti ini membuat coffeeshop cenderung beroperasi dalam mode “respons cepat tetapi tanpa prioritas berbasis data”. Hal ini sebenarnya tidak sepenuhnya buruk, karena kecepatan respon bisa sangat membantu dalam industri layanan cepat seperti coffeeshop. Namun, tanpa analisis risiko yang matang, usaha cenderung berjalan secara reaktif dan tidak mampu memprediksi masalah jangka panjang yang mungkin timbul. Misalnya, pengelolaan mesin espresso mungkin dilakukan secara rutin, tetapi tanpa evaluasi yang jelas, manajemen tidak dapat menentukan apakah biaya perawatan saat ini sudah optimal atau justru terlalu besar. Begitu pula dalam hal stok bahan baku: tindakan pengendalian mungkin sudah berjalan, tetapi tanpa evaluasi risiko pasokan yang komprehensif, coffeeshop bisa saja tetap mengalami kekurangan bahan pada musim-musim tertentu.

Temuan ini memberikan pesan penting bagi pemilik coffeeshop bahwa peningkatan kapasitas manajemen risiko tidak hanya perlu difokuskan pada tindakan pengendalian, tetapi juga pada proses identifikasi yang lebih sistematis dan pengukuran risiko yang lebih terstandar. Dengan memperkuat kedua tahap tersebut, pengelolaan risiko yang sudah kuat akan menjadi lebih efektif dan tepat sasaran. Coffeeshop juga dapat memanfaatkan data operasional, melakukan pertemuan rutin untuk membahas risiko, serta membuat risk register untuk memetakan risiko secara terstruktur. Penerapan risk matrix sederhana akan sangat membantu dalam memprioritaskan risiko, sehingga keputusan manajemen akan menjadi lebih berbasis data, bukan sekadar berdasarkan intuisi. Jika ketiga tahapan manajemen risiko ini dapat berjalan seimbang, coffeeshop tidak hanya mampu bertahan dalam persaingan yang semakin kompetitif, tetapi juga lebih siap menghadapi ketidakpastian yang mungkin muncul di masa depan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa coffeeshop yang menjadi objek penelitian memiliki tingkat kesadaran risiko yang cukup baik dan telah menerapkan berbagai bentuk pengendalian yang relatif kuat, namun masih menghadapi kelemahan pada tahap identifikasi dan evaluasi risiko yang belum dilakukan secara mendalam dan terukur. Nilai rata-rata pada tahap identifikasi menunjukkan bahwa para pengelola mampu mengenali sebagian besar ancaman yang sering muncul dalam kegiatan operasional, tetapi proses tersebut masih bersifat intuitif dan belum didukung oleh metode pemetaan risiko yang sistematis. Sementara itu, tahap evaluasi risiko yang berada pada kategori sedang memperlihatkan bahwa penilaian dampak dan probabilitas risiko masih dilakukan secara subjektif tanpa alat ukur kuantitatif yang memadai, sehingga prioritas mitigasi risiko belum dapat ditentukan secara tepat. Di sisi lain, tingginya nilai pengelolaan risiko menunjukkan bahwa coffeeshop telah berupaya keras menjaga stabilitas operasional melalui SOP yang jelas, pengawasan kualitas yang ketat, serta kesiapan menghadapi gangguan teknis maupun keluhan pelanggan. Dengan memperkuat dua tahap awal manajemen risiko, yaitu identifikasi dan evaluasi, maka langkah pengendalian yang selama ini sudah diterapkan dapat menjadi lebih efektif dan mampu meningkatkan ketahanan usaha dalam menghadapi perubahan tren serta dinamika industri F&B yang semakin kompetitif. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pemilik coffeeshop untuk menata pengelolaan risiko secara lebih komprehensif dan berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A., Gruben, F., & Juliarto, A. (2023). *The Impact Of Risk Management Strategy In Business Resilience: A Case In Coffee Beda.* Diponegoro Journal of Accounting, 12(4). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/41631>
- Alam, S., Putri, R. R., & Hartini, S. (2025). *Mitigating Supply Chain Risks In The Traditional Beverage Industry With The House of Risk (HOR) method.* Jurnal Ilmiah Teknik Industri, 24(1), 17–30. <https://journals2.ums.ac.id/jiti/article/view/8157>
- Kholisoh, F. P., Mahmud, A., & Suria Manda, G. (2025). Manajemen risiko rantai pasok pada UMKM pangan: Tinjauan literatur berbasis ISO 31000. EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, 4(6), 8916–8924. <https://ulilbabainstitute.id/index.php/EKOMA/article/view/10359>
- Mardikaningsih, R., Nuraini, S. N. H., Darmawan, D., & Hardyansah, R. (2024). Manajemen risiko pada penerapan manajemen rantai pasokan global: Kajian terhadap pendekatan strategis untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mengelola risiko. Yos Soedarno Economic Journal, 6(2), 1–15. <https://ejurnal.yossoedarno.ac.id/index.php/ysej-server/article/view/yej6201>
- Putri, M., & Anwar, A. (2025). Analisis risiko dan mitigasi pada rantai pasok di CV. Kopi Biji Palembang menggunakan metode Failure Mode and Effect Analysis (FMEA). Jurnal Teknik Industri Terintegrasi (JUTIN), 8(3), 3325–3330. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jutin/article/view/48190>
- Rinaldi, E., Widhiari, L. K. P., & Laksmana, I. N. H. (2025). Analysis of risk management model simplification for food and beverage industry through small business and ventures. J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah, 4(3), 3758–3766. <https://ulilbabainstitute.id/index.php/J-CEKI/article/view/9547>
- Suryaningrat, I. B., & Hapsari, S. S. E. (2024). Risk identification of supply chain system in coffee processor: A case of Indonesia. Coffee Science, 19. <https://coffeescience.ufla.br/index.php/Coffeescience/article/view/2267>
- Sihombing, R. P., Tambun, A. S., Nababan, E. Z. R., Sibuea, J. M. K., & Shafa, R. A. (2024). Analisis risiko operasional berbasis pendekatan enterprise risk management pada coffee shop 90 derajat Medan. Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (Jebma), 4(1), 485-493.
- Amaliah, A. K., Lima, D., Maharani, T., & Djuanda, G. (2025). MANAJEMEN RISIKO PENGGUNAAN QRIS PADA UMKM COFFEE SHOP DI SUKABUMI. Penerbit Tahta Media.
- Kartikasari, V., Odja, M. N., & Wati, N. M. (2025). Manajemen Risiko Bisnis Kafe Pada Bauran Pemasaran Dengan House Of Risk (Hor). Journal of Industrial View, 7(1), 15-24.
- Cristina, C., Cindy, C., Ng, D., Andelson, J., & Wang, T. (2024). PENGARUH PENERAPAN MANAJEMEN RESIKO BISNIS DALAM BISCOTTI CAKERY & COFFEE. J-MACC: journal of management and accounting, 7(1), 105-114.
- Azmi, N., Fitriyah, R. G., Aini, S. M., & Suwarna, A. (2025). ANALISIS MANAJEMEN RISIKO PADA INDUSTRI KAFE UNTUK MENINGKATKAN EFISIENSI DI “KAFE MUKA BUMI”. Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen, 2(1), 217-227.