

Analisis Manajemen Risiko Operasional Pada Online Shop

Yulistiyawati¹, Amirah²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pancasakti Tegal¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pancasakti Tegal²

*Email Korespondensi: yulistiya187@gmail.com

Sejarah Artikel:

Diterima 15-12-2025
Disetujui 25-12-2025
Diterbitkan 27-12-2025

ABSTRACT

The rapid growth of online shops in Indonesia is driven by digital technological advancement and shifting consumer purchasing behavior. Despite offering significant business opportunities, online shops are exposed to various operational risks that may disrupt business activities. These risks commonly arise in order processing, digital payment systems, product delivery, inventory management, and customer service. This study aims to describe the implementation of operational risk management in online shops based on questionnaire data collected from business owners. A descriptive quantitative approach was employed, focusing on risk identification, evaluation, and control. The findings reveal that online shops face diverse operational risks, particularly delivery delays, payment system disruptions, inventory errors, and customer complaints. Although business owners are generally aware of these risks, risk management practices are still applied in a simple manner. Therefore, a more structured operational risk management approach is needed to improve service quality and ensure business sustainability.

Keywords : risk management, operational risk, online shop, e-commerce.

ABSTRAK

Perkembangan online shop di Indonesia semakin pesat seiring dengan kemajuan teknologi digital dan perubahan pola belanja masyarakat ke arah platform daring. Di balik peluang yang besar, aktivitas bisnis online shop juga dihadapkan pada berbagai risiko operasional yang berpotensi mengganggu kelancaran usaha. Risiko tersebut dapat muncul pada proses pengelolaan pesanan, sistem pembayaran digital, pengiriman barang, pengelolaan stok, serta pelayanan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan penerapan manajemen risiko operasional pada online shop berdasarkan data kuisioner yang diisi oleh pelaku usaha. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan fokus pada tahapan identifikasi, evaluasi, dan pengendalian risiko. Hasil penelitian menunjukkan bahwa online shop menghadapi risiko operasional yang beragam, terutama terkait keterlambatan pengiriman, gangguan sistem pembayaran, kesalahan stok, dan komplain pelanggan. Meskipun pelaku usaha telah menyadari adanya risiko tersebut, penerapan manajemen risiko masih dilakukan secara sederhana, sehingga diperlukan pendekatan yang lebih terstruktur untuk menjaga kualitas layanan dan keberlanjutan usaha.

Katakunci: manajemen risiko, risiko operasional, online shop, e-commerce

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Yulistiyawati, & Amirah. (2025). Analisis Manajemen Risiko Operasional Pada Online Shop. Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2(1), 991-999. <https://doi.org/10.63822/pqzx3f48>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam pola aktivitas ekonomi masyarakat. Salah satu perubahan paling nyata terlihat pada cara masyarakat melakukan transaksi jual beli. Aktivitas perdagangan yang sebelumnya didominasi oleh transaksi tatap muka kini semakin bergeser ke sistem daring melalui berbagai platform digital. Fenomena ini mendorong pertumbuhan online shop secara signifikan, baik yang dikelola secara mandiri melalui media sosial maupun yang beroperasi melalui platform marketplace. Online shop tidak hanya menjadi alternatif, tetapi telah berkembang menjadi salah satu model bisnis utama dalam perekonomian digital di Indonesia (Hasyim et al., 2025).

Peningkatan jumlah online shop memberikan peluang yang luas bagi pelaku usaha, terutama bagi usaha mikro, kecil, dan menengah, untuk menjangkau pasar yang lebih besar tanpa harus memiliki toko fisik. Melalui pemanfaatan teknologi digital, pelaku usaha dapat menjalankan kegiatan pemasaran, transaksi, dan distribusi produk secara lebih efisien. Namun, kemudahan tersebut juga diiringi dengan munculnya berbagai tantangan dan ketidakpastian yang tidak selalu terlihat secara langsung. Online shop sangat bergantung pada sistem teknologi, jaringan internet, pihak ketiga seperti platform marketplace dan jasa logistik, serta kepercayaan konsumen yang dibangun melalui interaksi virtual. Ketergantungan ini menjadikan risiko operasional sebagai aspek yang tidak dapat diabaikan dalam pengelolaan bisnis daring (Nugraha et al., 2024).

Risiko operasional pada online shop dapat muncul pada setiap tahapan aktivitas bisnis. Dalam proses penerimaan pesanan, kesalahan input data, gangguan sistem, atau keterlambatan konfirmasi pembayaran dapat menghambat alur transaksi. Pada tahap pengelolaan stok, pencatatan yang tidak akurat berpotensi menyebabkan kekurangan atau kelebihan persediaan, yang pada akhirnya berdampak pada kepuasan pelanggan. Risiko juga dapat terjadi pada proses pengiriman barang, seperti keterlambatan, kerusakan produk, atau kesalahan alamat, yang sering kali berada di luar kendali langsung pelaku online shop namun tetap menjadi tanggung jawab mereka di mata konsumen. Selain itu, pelayanan pelanggan yang kurang responsif terhadap keluhan atau pertanyaan dapat memicu komplain dan ulasan negatif yang dengan cepat menyebar di ruang digital (Pasaribu et al., 2024).

Di tengah persaingan bisnis online yang semakin ketat, kepercayaan konsumen menjadi faktor kunci keberhasilan online shop. Konsumen memiliki banyak pilihan dan dapat dengan mudah berpindah ke penjual lain apabila merasa tidak puas. Kondisi ini membuat setiap gangguan operasional, sekecil apa pun, berpotensi menimbulkan dampak yang lebih besar dibandingkan bisnis konvensional. Reputasi online shop sangat dipengaruhi oleh pengalaman konsumen, yang sering kali tercermin dalam sistem penilaian dan ulasan pada platform digital. Oleh karena itu, kemampuan pelaku usaha dalam mengelola risiko operasional menjadi sangat penting untuk menjaga stabilitas usaha dan mempertahankan loyalitas pelanggan (Siregar & Rusmewahni, 2024).

Meskipun risiko operasional merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari aktivitas online shop, pada praktiknya banyak pelaku usaha yang belum menerapkan manajemen risiko secara sistematis. Pengelolaan risiko sering kali dilakukan secara reaktif, yaitu baru dilakukan setelah masalah terjadi. Sebagian pelaku online shop mengandalkan pengalaman pribadi atau intuisi dalam menghadapi gangguan operasional, tanpa didukung oleh proses identifikasi dan evaluasi risiko yang terstruktur. Kondisi ini membuat beberapa risiko berulang tidak tertangani secara optimal dan berpotensi menimbulkan kerugian dalam jangka panjang, baik dari sisi finansial maupun reputasi usaha (Lisnawati et al., 2023).

Manajemen risiko operasional pada dasarnya merupakan suatu proses yang mencakup identifikasi risiko, penilaian tingkat risiko, serta penerapan langkah-langkah pengendalian yang bertujuan untuk meminimalkan dampak negatif terhadap operasional bisnis. Dalam konteks online shop, penerapan manajemen risiko yang baik dapat membantu pelaku usaha mengenali titik-titik rawan dalam proses bisnis, menentukan prioritas penanganan risiko, serta merancang strategi mitigasi yang sesuai dengan karakteristik usaha daring. Dengan demikian, online shop tidak hanya mampu merespons masalah ketika terjadi, tetapi juga memiliki kesiapan dalam menghadapi potensi gangguan di masa depan (Supateerawanitt & Khongmalai, 2024).

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai bagaimana pelaku online shop memahami dan menerapkan manajemen risiko operasional dalam aktivitas bisnis mereka. Penelitian ini berfokus pada tahapan identifikasi, evaluasi, dan pengendalian risiko operasional berdasarkan data kuisioner yang dikumpulkan dari responden yang terlibat langsung dalam pengelolaan online shop. Melalui pendekatan deskriptif kuantitatif, penelitian ini diharapkan dapat mengungkap kecenderungan risiko yang paling sering dihadapi serta pola pengelolaan risiko yang diterapkan oleh pelaku usaha. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku online shop dalam memperbaiki pengelolaan risiko operasional, sekaligus menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas keberlanjutan bisnis digital di Indonesia.

KAJIAN LITERATUR

Kajian literatur ini disusun untuk memberikan landasan teoretis mengenai konsep manajemen risiko operasional dalam konteks bisnis online shop. Pembahasan mencakup pengertian risiko dan manajemen risiko, karakteristik risiko operasional pada bisnis daring, serta penerapan manajemen risiko pada usaha berbasis digital. Literatur yang digunakan bertujuan untuk membantu memahami posisi penelitian ini serta memperkuat analisis terhadap data kuisioner yang digunakan.

Konsep Risiko dan Manajemen Risiko

Risiko secara umum dipahami sebagai kemungkinan terjadinya suatu peristiwa yang dapat menimbulkan dampak negatif terhadap pencapaian tujuan organisasi atau usaha. Dalam dunia bisnis, risiko merupakan kondisi yang tidak dapat dihindari karena setiap aktivitas usaha selalu mengandung ketidakpastian. Risiko tidak hanya berkaitan dengan potensi kerugian finansial, tetapi juga dapat memengaruhi reputasi, kelangsungan operasional, dan kepercayaan pelanggan. Oleh karena itu, risiko perlu dikelola secara sadar dan terencana agar dampaknya dapat diminimalkan.

Manajemen risiko merupakan suatu proses sistematis yang bertujuan untuk mengidentifikasi, menganalisis, mengevaluasi, dan mengendalikan risiko yang dihadapi oleh suatu organisasi. Proses ini tidak hanya berfokus pada pencegahan kerugian, tetapi juga pada upaya meningkatkan kesiapan usaha dalam menghadapi ketidakpastian. Dalam praktiknya, manajemen risiko membantu pelaku usaha untuk memahami sumber risiko, menentukan prioritas penanganan, serta menyusun strategi yang sesuai dengan kapasitas dan karakteristik usaha. Bagi usaha kecil dan menengah, termasuk online shop, manajemen risiko sering kali diterapkan secara sederhana, namun tetap memiliki peran penting dalam menjaga stabilitas bisnis (Batubara et al., 2024).

Risiko Operasional dalam Bisnis Online Shop

Risiko operasional merupakan risiko yang timbul akibat kegagalan proses internal, kesalahan manusia, gangguan sistem, atau faktor eksternal yang memengaruhi aktivitas operasional sehari-hari. Dalam konteks online shop, risiko operasional memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan bisnis konvensional karena aktivitas usaha sangat bergantung pada teknologi dan sistem digital. Proses bisnis online shop mencakup berbagai tahapan yang saling terhubung, mulai dari penerimaan pesanan, pengelolaan stok, sistem pembayaran, pengemasan, hingga pengiriman barang kepada konsumen.

Salah satu risiko operasional yang sering dihadapi online shop adalah kesalahan dalam pengelolaan pesanan. Kesalahan pencatatan pesanan, keterlambatan memproses order, atau kekeliruan dalam mengirim produk dapat menimbulkan ketidakpuasan pelanggan. Selain itu, pengelolaan stok yang tidak akurat juga menjadi sumber risiko yang signifikan. Ketidaksesuaian antara stok fisik dan stok yang tercatat dalam sistem dapat menyebabkan pembatalan pesanan atau keterlambatan pengiriman, yang pada akhirnya berdampak pada reputasi online shop.

Risiko operasional lainnya berkaitan dengan sistem pembayaran digital. Online shop umumnya mengandalkan pembayaran non-tunai melalui transfer bank, dompet digital, atau sistem pembayaran yang disediakan oleh marketplace. Gangguan pada sistem pembayaran, kesalahan konfirmasi, atau keterlambatan verifikasi dapat menghambat proses transaksi dan memicu keluhan pelanggan. Kondisi ini menunjukkan bahwa risiko operasional pada online shop tidak hanya bersumber dari faktor internal, tetapi juga dipengaruhi oleh pihak ketiga yang terlibat dalam proses bisnis (Pasaribu et al., 2024).

Risiko Teknologi dan Ketergantungan pada Platform Digital

Teknologi digital merupakan tulang punggung operasional online shop. Penggunaan platform marketplace, media sosial, aplikasi pembayaran, dan sistem logistik digital mempermudah aktivitas bisnis, namun sekaligus menciptakan ketergantungan yang tinggi terhadap teknologi tersebut. Risiko teknologi dapat muncul ketika terjadi gangguan sistem, kesalahan aplikasi, atau masalah jaringan internet yang menghambat proses transaksi dan komunikasi dengan pelanggan.

Ketergantungan pada platform marketplace juga menjadi sumber risiko tersendiri bagi online shop. Perubahan kebijakan platform, gangguan sistem, atau penurunan performa aplikasi dapat berdampak langsung pada penjualan dan visibilitas toko daring. Selain itu, risiko keamanan data juga menjadi perhatian penting, terutama terkait dengan perlindungan data pelanggan dan informasi transaksi. Meskipun sebagian online shop berskala kecil, risiko kebocoran data tetap dapat berdampak besar terhadap kepercayaan konsumen (He et al., 2025).

Risiko Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Dalam bisnis online shop, interaksi dengan pelanggan terjadi secara tidak langsung melalui media digital. Oleh karena itu, kualitas pelayanan sangat bergantung pada kecepatan respon, kejelasan informasi, dan kemampuan pelaku usaha dalam menangani keluhan. Risiko pelayanan muncul ketika online shop tidak mampu memberikan respon yang cepat dan tepat terhadap pertanyaan atau keluhan pelanggan. Keterlambatan respon dapat menimbulkan persepsi negatif dan menurunkan tingkat kepuasan konsumen.

Ulasan dan penilaian pelanggan memiliki pengaruh yang sangat besar dalam bisnis daring. Pengalaman negatif pelanggan dapat dengan mudah tersebar melalui sistem rating atau media sosial, sehingga berdampak pada citra online shop. Risiko reputasi ini sering kali bersumber dari masalah operasional yang sebenarnya bersifat teknis, namun berdampak luas karena sifat komunikasi digital yang cepat dan terbuka (Siregar & Rusmewahni, 2024).

Manajemen Risiko pada Usaha Digital dan Online Shop

Penerapan manajemen risiko pada usaha digital, termasuk online shop, menuntut pemahaman yang baik terhadap karakteristik risiko yang dihadapi. Proses manajemen risiko umumnya dimulai dari identifikasi risiko, yaitu mengenali potensi gangguan yang mungkin terjadi dalam setiap tahapan operasional. Tahap berikutnya adalah evaluasi risiko, yang bertujuan untuk menilai tingkat kemungkinan dan dampak risiko terhadap usaha. Setelah itu, pelaku usaha perlu menerapkan langkah pengendalian risiko, baik melalui pencegahan, pengurangan dampak, maupun penyiapan alternatif solusi.

Pada praktiknya, banyak online shop yang telah melakukan pengendalian risiko secara informal, seperti memilih lebih dari satu jasa logistik, menyusun prosedur kerja sederhana, atau menjaga komunikasi aktif dengan pelanggan. Namun, tanpa proses identifikasi dan evaluasi yang terstruktur, pengendalian risiko tersebut sering kali tidak berjalan optimal. Oleh karena itu, penerapan manajemen risiko yang lebih sistematis dapat membantu online shop meningkatkan ketahanan usaha dan menjaga keberlanjutan bisnis di tengah dinamika lingkungan digital yang terus berubah (Oktarina & Mala, 2024).

METODE DAN PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis kondisi nyata yang terjadi pada objek penelitian berdasarkan data numerik yang diperoleh dari responden. Pendekatan ini dipilih karena penelitian tidak dimaksudkan untuk menguji hubungan sebab akibat antarvariabel, melainkan untuk memotret dan memahami bagaimana risiko operasional muncul serta bagaimana manajemen risiko diterapkan pada online shop dalam praktik sehari-hari. Dengan pendekatan deskriptif kuantitatif, hasil penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran objektif mengenai kecenderungan risiko operasional yang dihadapi pelaku usaha online shop.

Objek dalam penelitian ini adalah online shop, baik yang beroperasi melalui platform marketplace maupun media sosial. Subjek penelitian merupakan pelaku usaha online shop yang terlibat langsung dalam aktivitas operasional, seperti pemilik usaha, pengelola toko daring, atau pihak yang bertanggung jawab atas pengelolaan pesanan, pembayaran, dan pelayanan pelanggan. Pemilihan responden dilakukan dengan mempertimbangkan keterlibatan mereka dalam proses bisnis sehari-hari sehingga informasi yang diberikan benar-benar mencerminkan kondisi operasional yang dialami.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling, yaitu metode penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Kriteria responden dalam penelitian ini meliputi pelaku online shop yang aktif menjalankan usaha, memiliki pengalaman dalam mengelola transaksi daring, serta memahami proses operasional mulai dari penerimaan pesanan hingga pengiriman produk kepada konsumen. Dengan teknik ini, data yang diperoleh diharapkan lebih akurat dan sesuai dengan fokus penelitian.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuisioner terstruktur yang disusun untuk mengukur persepsi responden terhadap risiko operasional dan penerapan manajemen risiko pada online shop. Kuisioner terdiri dari pernyataan-pernyataan tertutup yang disusun berdasarkan tahapan manajemen risiko, yaitu identifikasi risiko, evaluasi risiko, dan pengendalian risiko operasional. Setiap pernyataan disertai dengan pilihan jawaban menggunakan skala penilaian tertentu, sehingga responden dapat menilai tingkat kesesuaian pernyataan dengan kondisi yang mereka alami.

Data yang terkumpul kemudian diolah dengan cara mengonversi jawaban responden ke dalam bentuk skor numerik sesuai dengan skala yang digunakan. Skor tersebut selanjutnya dihitung nilai rata-

ratanya untuk setiap indikator dan setiap tahapan manajemen risiko. Perhitungan nilai rata-rata bertujuan untuk mengetahui tingkat kecenderungan risiko serta sejauh mana penerapan manajemen risiko operasional pada online shop. Hasil perhitungan ini menjadi dasar dalam menginterpretasikan kondisi risiko, apakah berada pada kategori rendah, sedang, atau tinggi.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, yang berfokus pada penyajian dan interpretasi data tanpa melakukan pengujian hipotesis statistik. Analisis dilakukan dengan menyusun tabel hasil perhitungan rata-rata, kemudian mengaitkannya dengan kondisi nyata operasional online shop sebagaimana dijelaskan dalam kajian literatur. Melalui analisis ini, peneliti dapat mengidentifikasi risiko operasional yang paling dominan serta melihat pola pengelolaan risiko yang dilakukan oleh pelaku usaha.

Untuk menjaga keakuratan hasil penelitian, proses pengumpulan dan pengolahan data dilakukan secara sistematis dan konsisten. Setiap tahapan analisis disesuaikan dengan konsep manajemen risiko operasional agar interpretasi yang dihasilkan tidak hanya bersifat numerik, tetapi juga memiliki makna kontekstual. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai kondisi manajemen risiko operasional pada online shop serta menjadi dasar bagi pembahasan dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel.1 Interpretasi nilai rata-rata

Rentang Nilai Rata-rata	Kategori Interpretasi
1,00 – 1,80	Sangat Rendah
1,81 – 2,60	Rendah
2,61 – 3,40	Sedang
3,41 – 4,20	Tinggi
4,21 – 5,00	Sangat Tinggi

Tabel.2 Hasil Rata-Rata Potensi Risiko Operasional Online Shop

Variabel Manajemen Risiko	Nilai Rata-rata	Kategori
Identifikasi Risiko	3,46	Tinggi
Evaluasi & Pengukuran Risiko	3,12	Sedang
Pengelolaan Risiko	3,68	Tinggi
Rata-rata Keseluruhan	3,42	Tinggi

Hasil pengolahan data kuisioner menunjukkan bahwa tingkat potensi risiko operasional pada online shop berada pada kategori yang beragam, mulai dari sangat tinggi hingga rendah. Variasi ini mencerminkan perbedaan karakteristik usaha, pola pengelolaan operasional, serta tingkat kesiapan pelaku usaha dalam menghadapi risiko yang muncul dalam aktivitas bisnis daring. Nilai Rata-Rata Potensi Risiko (RPP) digunakan sebagai indikator utama untuk menggambarkan sejauh mana risiko operasional dirasakan oleh masing-masing responden berdasarkan frekuensi kejadian dan besarnya dampak yang ditimbulkan.

Online shop dengan nilai RPP tertinggi adalah diamond store dengan skor 3,58 yang termasuk dalam kategori risiko tinggi. nilai ini mengindikasikan bahwa aktivitas operasional pada usaha tersebut menghadapi risiko yang relatif sering terjadi dan memiliki dampak yang signifikan terhadap kelangsungan usaha. Sebagai online shop yang bergerak di bidang produk makanan, diamond store memiliki kompleksitas operasional yang cukup tinggi, mulai dari pengelolaan bahan baku, proses produksi, hingga pengiriman produk kepada konsumen. Risiko keterlambatan pengiriman, kesalahan pesanan, serta potensi kerusakan produk selama proses distribusi menjadi faktor utama yang meningkatkan tingkat risiko operasional. Selain itu, karakteristik produk yang memiliki masa simpan terbatas membuat kesalahan kecil dalam pengelolaan operasional dapat menimbulkan dampak yang cukup besar, baik dari sisi kerugian finansial maupun kepuasan pelanggan (Sihotang et al., 2024).

Kategori risiko tinggi juga ditemukan pada beberapa online shop lainnya, seperti Vistore dengan nilai RPP sebesar 3,54, Eifashop sebesar 3,38, serta usaha Kosmetik dengan skor 3,15. Online shop dalam kategori ini umumnya memiliki aktivitas penjualan yang cukup intens dan volume transaksi yang relatif tinggi. Tingginya frekuensi transaksi meningkatkan peluang terjadinya kesalahan operasional, seperti kekeliruan dalam pencatatan stok, keterlambatan dalam memproses pesanan, atau kendala pada sistem pembayaran digital. Risiko pada kategori ini menunjukkan bahwa meskipun pelaku usaha telah menyadari adanya potensi gangguan operasional, upaya pengelolaan risiko yang dilakukan masih belum sepenuhnya mampu menekan tingkat risiko ke kategori yang lebih rendah. Hal ini mengindikasikan perlunya evaluasi yang lebih mendalam terhadap proses operasional yang berjalan, khususnya pada aspek pengendalian internal dan pemantauan aktivitas harian (Pujilestari et al., 2026).

Glow Beauty memiliki nilai RPP sebesar 3,31 yang termasuk dalam kategori risiko sedang. Nilai ini menunjukkan bahwa risiko operasional tetap ada, namun frekuensi kejadian dan dampaknya berada pada tingkat yang relatif dapat dikendalikan. Online shop pada kategori risiko sedang umumnya telah memiliki prosedur kerja yang cukup jelas, seperti alur pemrosesan pesanan dan komunikasi dengan pelanggan. Namun, masih terdapat celah dalam pengelolaan risiko, terutama terkait ketergantungan pada pihak ketiga seperti jasa logistik dan platform penjualan. Risiko yang muncul pada kategori ini lebih bersifat situasional, misalnya keterlambatan pengiriman akibat faktor eksternal atau lonjakan pesanan pada periode tertentu yang belum sepenuhnya diantisipasi (Lisnawati et al., 2023).

Sementara itu, beberapa online shop berada pada kategori risiko rendah, di antaranya Afth Phone dengan nilai RPP 3,00, Berkah Buah dengan skor 2,23, Buah Shop sebesar 2,15, dan Rifka Shop dengan skor 2,08. Rendahnya nilai RPP pada kelompok ini menunjukkan bahwa risiko operasional relatif jarang terjadi atau memiliki dampak yang tidak terlalu signifikan terhadap jalannya usaha. Online shop dalam kategori ini cenderung memiliki skala usaha yang lebih kecil atau aktivitas operasional yang lebih sederhana, sehingga lebih mudah dikendalikan. Selain itu, pelaku usaha pada kategori risiko rendah umumnya memiliki kedekatan langsung dengan proses operasional sehari-hari, sehingga mampu merespons permasalahan dengan cepat sebelum berkembang menjadi risiko yang lebih besar (Nugraha et al., 2024).

Meskipun berada pada kategori risiko rendah, bukan berarti online shop tersebut sepenuhnya terbebas dari risiko operasional. Risiko tetap ada, namun tingkat paparan dan dampaknya masih berada dalam batas yang dapat ditoleransi. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan risiko operasional pada online shop tidak hanya dipengaruhi oleh jenis produk yang dijual, tetapi juga oleh pola pengelolaan usaha dan tingkat keterlibatan pelaku usaha dalam aktivitas operasional. Online shop yang mampu menjaga

komunikasi yang baik dengan pelanggan, melakukan pencatatan stok secara rutin, serta memiliki alur kerja yang jelas cenderung memiliki tingkat risiko yang lebih rendah (Pasaribu et al., 2024).

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar online shop telah menyadari keberadaan risiko operasional dalam aktivitas bisnis mereka. Namun, kesadaran tersebut belum sepenuhnya diikuti dengan penerapan manajemen risiko yang sistematis. Banyak pelaku usaha yang masih mengelola risiko secara reaktif, yaitu baru mengambil tindakan setelah risiko benar-benar terjadi. Pola seperti ini membuat risiko yang sama berpotensi muncul kembali di masa mendatang. Selain itu, proses identifikasi dan evaluasi risiko umumnya masih dilakukan secara informal tanpa dokumentasi yang jelas, sehingga sulit untuk menentukan prioritas penanganan risiko secara objektif.

Temuan ini sejalan dengan karakteristik usaha kecil dan menengah berbasis digital yang cenderung lebih fokus pada aktivitas operasional harian dibandingkan perencanaan jangka panjang. Keterbatasan sumber daya, baik dari sisi waktu maupun pengetahuan, menjadi salah satu faktor yang memengaruhi rendahnya penerapan manajemen risiko secara formal. Padahal, penerapan manajemen risiko yang sederhana namun terstruktur dapat membantu pelaku online shop dalam memetakan potensi gangguan operasional dan menyiapkan langkah mitigasi yang lebih efektif (Supateerawanitt & Khongmalai, 2024).

Hasil pembahasan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas manajemen risiko operasional perlu difokuskan pada penguatan tahap identifikasi dan evaluasi risiko. Dengan memahami risiko secara lebih mendalam, pelaku online shop dapat menentukan strategi pengendalian yang lebih tepat sasaran. Misalnya, online shop dengan risiko tinggi dapat mempertimbangkan penggunaan sistem pencatatan stok yang lebih terintegrasi atau bekerja sama dengan lebih dari satu jasa logistik untuk mengurangi ketergantungan pada satu pihak. Sementara itu, online shop dengan risiko rendah perlu tetap melakukan pemantauan berkala agar tingkat risiko yang rendah dapat dipertahankan (Himawan et al., 2025).

Dengan demikian, pembahasan ini menegaskan bahwa manajemen risiko operasional memiliki peran penting dalam menjaga stabilitas dan keberlanjutan online shop. Tingkat risiko yang berbeda pada masing-masing usaha menunjukkan bahwa tidak ada satu pendekatan tunggal yang dapat diterapkan untuk semua online shop. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu menyesuaikan strategi pengelolaan risiko dengan karakteristik usaha, jenis produk, serta kapasitas operasional yang dimiliki agar mampu bersaing dan bertahan dalam dinamika bisnis digital yang terus berkembang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa online shop menghadapi tingkat risiko operasional yang beragam, mulai dari kategori sangat tinggi hingga rendah. Perbedaan tingkat risiko tersebut dipengaruhi oleh karakteristik usaha, jenis produk yang dijual, serta kompleksitas proses operasional yang dijalankan. Online shop dengan aktivitas operasional yang lebih kompleks dan volume transaksi yang tinggi cenderung memiliki potensi risiko yang lebih besar dibandingkan usaha dengan skala dan proses yang lebih sederhana.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku online shop telah menyadari adanya risiko operasional dalam kegiatan bisnis mereka. Namun, penerapan manajemen risiko masih didominasi oleh pendekatan yang bersifat reaktif dan belum dilakukan secara sistematis. Proses identifikasi dan evaluasi risiko umumnya belum terdokumentasi dengan baik, sehingga pengendalian risiko yang dilakukan belum sepenuhnya berbasis pada prioritas risiko yang jelas.

Oleh karena itu, pelaku online shop perlu meningkatkan penerapan manajemen risiko operasional secara lebih terstruktur, khususnya pada tahap identifikasi dan evaluasi risiko. Dengan pengelolaan risiko yang lebih baik, online shop diharapkan mampu meminimalkan gangguan operasional, menjaga kepercayaan konsumen, serta meningkatkan keberlanjutan usaha di tengah persaingan bisnis digital yang semakin ketat.

DAFTAR PUSTAKA

- Batubara, M., Ismail, A., & Nazmi, L. (2024). Manajemen risiko metode pembayaran cash on delivery Shopee e-commerce. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(1). <https://doi.org/10.30651/jms.v9i1.21740>
- Lisnawati, T., Hussaen, S., Nuridah, S., Pramanik, N. D., Warella, S. Y., & Bahtiar, M. Y. (2023). Manajemen risiko dalam bisnis e-commerce: Mengidentifikasi, mengukur, dan mengelola risiko-risiko yang terkait. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 8252–8529. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i2.7534>
- Nugraha, A., Azhar, A., Febrianti, D., Affandi, G. A., Heryadi, H., & Maesaroh, S. S. (2024). Penerapan manajemen risiko dalam proses transaksi online pada usaha mikro di Tasikmalaya. *Jurnal Sekuritas (Saham, Ekonomi, Keuangan dan Investasi)*, 7(1). <https://doi.org/10.32493/skt.v7i1.34318>
- Oktarina, M., & Mala, I. K. (2024). Manajemen risiko pengiriman barang online menggunakan sistem pembayaran cash on delivery (COD). *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 3(2), 209–221. <https://doi.org/10.30640/digital.v3i2.2563>
- Pasaribu, M. O., Galy, Y. A., Pratiwi, N., Dewi Lubis, P. K., & Sihombing, R. P. (2024). Analisis risiko operasional berbasis pendekatan enterprise risk management pada usaha thrift online Yodhsi Fashion Cirebon. *Anggaran: Jurnal Publikasi Ekonomi dan Akuntansi*, 2(2), 355–367. <https://doi.org/10.61132/anggaran.v2i2.662>
- Hasyim, H., Azhizah, N., & Devi, S. R. (2025). Analisis terhadap efektivitas perlindungan konsumen dalam transaksi online shop di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(2), 420–432. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v5i2.1116>
- He, R., Xing, W., Chai, Z., & Zhang, X. (2025). A method for identifying and assessing operational risk factors of road freight e-commerce platforms with multi-dimensional and multi-level characteristics. *Systems*, 13(3), 167. <https://doi.org/10.3390/systems13030167>
- Supateerawanitt, T., & Khongmalai, O. (2024). Risk management of online sales on e-commerce platforms. *Suan Dusit Graduate School Academic Journal*, 20(1), 131–142. <https://so19.tci-thaijo.org/index.php/SDUGSAJ/article/view/326>
- Pujilestari, I. (2026). Analisis Manajemen Risiko Bisnis pada Online Shop di Kawasan Desa Dukuhwringin Kecamatan Slawi Kabupaten Tegal (Studi Kasus: Olshop Anggun dan Olshop Afifah). *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research*, 3(1), 81-89. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic/article/view/434/495>
- Himawan, H. S., Avilla, P. N., Amanda, R., & Zaira, S. (2025). Mengelola Tantangan dan Peluang dalam Bisnis Reseller Online: Strategi Pemasaran, Manajemen Risiko, dan Pengelolaan Keuangan. *Jurnal Visi Manajemen*, 11(1), 186-202. <https://stiepari.org/index.php/jvm/article/view/531>
- Sihotang, j. s., hutagaol, s. a. e., & manfadzi, r. (2024). analisis manajemen risiko terhadap keberlangsungan usaha umkm: studi kasus pada evan bakery. *jurnal intelek insan cendikia*, 1(4), 374-385. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic/article/view/434/495>
- Siregar, A., & Rusmewahni, R. (2024). Pengaruh transaksi online shopping, kepercayaan, dan risiko terhadap kepuasan konsumen pada e-commerce. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 1(2), 85–92. <https://doi.org/10.24853/jmmb.1.2.85-92>