

Analisis Manajemen Risiko Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah NR Advertising Kota Solok

Novia Nengsih^{a,1,*}, Abdul Rauf^{b,2}, Abel Oktavia^{c,3}, Ade Andela Puspita^{d,4}, Sonia^{e,5}

^a UIN Mahmud Yunus Batusangkar, Tanah Datar, Indonesia

^b UIN Mahmud Yunus Batusangkar, Tanah Datar, Indonesia

^c UIN Mahmud Yunus Batusangkar, Tanah Datar, Indonesia

^d UIN Mahmud Yunus Batusangkar, Tanah Datar, Indonesia

^e UIN Mahmud Yunus Batusangkar, Tanah Datar, Indonesia

¹novianengsih@uinmybatusangkar.ac.id*, ²abdulrauf@gmail.com; ³abeloktavia@gmail.com,

⁴adelapuspita@gmail.com, ⁵sonia@gmail.com,

* corresponding author

Naskah diterima 08-11-2025 , di-review : 15-12-2025 , disetujui : 27-12-2025

Abstract

This study aims to identify and analyze operational risks faced by NR Advertising and to formulate appropriate risk management strategies tailored to the characteristics of micro, small, and medium enterprises (MSMEs). A qualitative approach was employed using data collection techniques including in-depth interviews and direct observation. The findings identify ten types of risks, which are classified into six main categories: production and design, marketing and services, finance, procurement and logistics, general management, and technology and systems. Each risk was assessed based on its likelihood and potential impact, and subsequently mapped into a risk matrix consisting of low, medium, and high risk levels. The results indicate that three risks fall into the low-risk category, two into the medium-risk category, and five into the high-risk category requiring priority attention. This risk mapping serves as the basis for determining appropriate risk management strategies, including risk avoidance, transfer, mitigation, acceptance, exploitation, sharing, and enhancement. This study is expected to serve as a reference for MSMEs in implementing systematic and sustainable risk management practices.

Keywords : Risk Management, Micro, Small, and Medium Enterprise (MSME), Business

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis risiko operasional yang dihadapi NR Advertising serta merumuskan strategi manajemen risiko yang sesuai dengan karakteristik usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan observasi langsung. Hasil penelitian mengidentifikasi sepuluh jenis risiko yang diklasifikasikan ke dalam enam kategori, yaitu risiko produksi dan desain, pemasaran dan layanan, keuangan, pengadaan dan logistik, manajemen umum, serta teknologi dan sistem. Setiap risiko dianalisis berdasarkan tingkat kemungkinan dan dampaknya, kemudian dipetakan ke dalam matriks risiko dengan tiga tingkat risiko, yaitu rendah, sedang, dan tinggi. Hasil pemetaan menunjukkan tiga risiko berada pada tingkat rendah, dua risiko pada tingkat sedang, dan lima risiko pada tingkat tinggi. Temuan ini menjadi dasar dalam penentuan strategi penanganan risiko yang meliputi menghindari, mentransfer, memitigasi, menerima, memanfaatkan, membagikan, dan meningkatkan risiko. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi UMKM dalam menerapkan manajemen risiko secara sistematis dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Manajemen Risiko, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), Bisnis

1. Introduction

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia memiliki peran strategis dalam mendukung perekonomian nasional, khususnya melalui kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja (Tambunan, 2021; Bakrie et al., 2024). Meskipun memiliki daya tahan yang relatif baik, UMKM juga menghadapi berbagai risiko operasional yang dapat mengganggu keberlangsungan usaha, seperti keterbatasan modal, sumber daya manusia, teknologi, serta dinamika persaingan dan perubahan permintaan pasar (Atmini et al., 2024).

Risiko merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari aktivitas bisnis dan perlu dikelola secara sistematis agar dampak negatifnya dapat diminimalkan serta peluang yang muncul dari ketidakpastian dapat dimanfaatkan secara optimal (Mulyanti, 2017; Mukhlis et al., 2024). Namun, dalam praktiknya, sebagian besar UMKM di Indonesia masih mengelola risiko secara informal, berbasis pengalaman dan intuisi pemilik usaha, tanpa menggunakan instrumen manajemen risiko yang terstruktur (Hafiz & Budianto, 2025). Kondisi ini menyebabkan UMKM lebih rentan terhadap gangguan operasional dan fluktuasi lingkungan bisnis

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan strategis dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta penyerapan tenaga kerja. Karena itu, keberlanjutan UMKM menjadi aspek yang sangat penting untuk diperhatikan, khususnya dalam konteks manajemen risiko (Bakrie, 2024). Namun, dalam praktiknya, banyak UMKM belum memiliki mekanisme pengelolaan risiko yang terstruktur sehingga mereka rentan terhadap berbagai gangguan operasional maupun fluktuasi pasar. Salah satu permasalahan utama yang dihadapi UMKM adalah keterbatasan dalam melakukan identifikasi, analisis, serta pengendalian risiko secara sistematis. Berbeda dengan perusahaan besar yang telah menerapkan manajemen risiko secara formal, UMKM cenderung mengandalkan intuisi dan pengalaman subjektif dalam pengambilan keputusan terkait risiko usaha. Kondisi ini berpotensi mengurangi efektivitas pengelolaan risiko dan mengancam stabilitas bisnis dalam jangka panjang (Hafiz & Budianto, 2025).

Kajian terdahulu menunjukkan bahwa penelitian manajemen risiko pada UMKM umumnya masih berfokus pada identifikasi risiko secara umum dan belum banyak mengkaji implementasi alat manajemen risiko yang sistematis seperti Risk Register (Siregar, 2024). Dengan demikian, terdapat kesenjangan penelitian (research gap) terkait penerapan Risk Register berbasis kerangka ISO 31000 pada UMKM sektor jasa. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut melalui studi kasus pada UMKM NR Advertising di Kota Solok, yang bergerak di bidang jasa periklanan dengan karakteristik usaha yang memiliki ketergantungan tinggi pada proyek, teknologi, dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris terhadap pengembangan literatur manajemen risiko UMKM serta menjadi rujukan praktis bagi pelaku usaha dalam mengelola risiko secara sistematis dan berkelanjutan..

2. Literatur Review

Risiko merujuk pada kemungkinan terjadinya kerugian, bencana, atau peristiwa yang tidak diinginkan. Dalam konteks organisasi, risiko merupakan suatu kejadian yang apabila terjadi dapat menghambat pencapaian tujuan atau sasaran perusahaan. Peristiwa tersebut dapat bersumber dari faktor internal maupun eksternal yang memengaruhi operasional perusahaan (Nurdiani, 2022). Konsep risiko dan ketidakpastian menekankan pada hal-hal yang berpotensi menimbulkan kerugian maupun tidak memberikan dampak negatif bagi perusahaan. Dalam praktik manajemen risiko, seluruh jenis risiko dipertimbangkan tanpa membedakan kategorinya, karena setiap risiko dapat memberikan dampak terhadap keberhasilan organisasi. Sumber risiko sangat bervariasi, berasal dari lingkungan internal perusahaan maupun faktor eksternal yang dapat memengaruhi pencapaian tujuan strategis organisasi (Zaidah, 2019). Risiko dipahami sebagai suatu kondisi yang menciptakan ketidakpastian, yang dapat menjadi peluang maupun ancaman bagi perusahaan. Setiap jenis risiko memiliki karakteristik unik yang membutuhkan pendekatan pengelolaan khusus untuk mengurangi dampak negatifnya. Oleh karena itu, pengelolaan risiko yang efektif menjadi penting guna meminimalkan potensi kerugian dan mendukung keberlangsungan organisasi.

Risiko Operasional

Risiko operasional merupakan kerugian finansial yang timbul akibat kegagalan perusahaan dalam menjalankan proses operasional, baik dari sisi internal maupun eksternal. Kegagalan tersebut dapat meliputi pengelolaan sumber daya manusia yang kurang optimal serta pelanggaran terhadap peraturan hukum yang berlaku. Proses manajemen risiko operasional biasanya dibagi ke dalam empat aspek utama, yaitu: identifikasi ruang lingkup risiko operasional yang berkaitan dengan aktivitas perusahaan yang berpotensi menimbulkan kerugian, pemodelan dan pengukuran tingkat risiko yang dihadapi, pemantauan risiko secara berkelanjutan, serta penerapan strategi pengendalian dan mitigasi untuk mengurangi dampak risiko tersebut (Azizah & Farid, 2021).

Risiko operasional muncul dari ketidakcukupan atau kegagalan fungsi proses internal, kesalahan manusia, kerusakan sistem, serta kejadian eksternal yang dapat memengaruhi kelangsungan operasional perusahaan. Dalam praktiknya, manajemen risiko operasional seringkali lebih terfokus pada dua kategori risiko utama, yaitu risiko dengan frekuensi rendah tetapi berdampak besar (*low frequency – high impact*), serta risiko dengan frekuensi tinggi namun berdampak kecil (*high frequency – low impact*) (Prabantarikso, 2022). Pendekatan ini memberikan peluang bagi perusahaan untuk mengelola risiko secara efisien,

terutama yang berpotensi memberikan dampak positif bagi bisnis. Ruang lingkup risiko operasional mencakup beberapa aspek penting, antara lain risiko yang berasal dari proses bisnis itu sendiri, risiko terkait sumber daya manusia, dan risiko yang berkaitan dengan penggunaan teknologi serta sistem informasi. Pemahaman terhadap kategori risiko ini menjadi dasar dalam merancang strategi manajemen risiko yang efektif guna melindungi perusahaan dari potensi kerugian serta meningkatkan keberlanjutan usaha (Hidayatullah, 2023).

Manajemen Risiko

Manajemen risiko dapat didefinisikan sebagai suatu proses yang meliputi identifikasi, penilaian, serta penentuan prioritas risiko, yang kemudian diikuti dengan koordinasi dan penerapan sumber daya ekonomi untuk meminimalkan, memantau, dan mengawasi potensi terjadinya peristiwa atau kondisi yang merugikan bagi perusahaan. Secara lebih luas, manajemen risiko merupakan serangkaian metodologi dan prosedur yang digunakan untuk mengenali, mengukur, mengawasi, serta mengendalikan berbagai risiko yang muncul dari aktivitas perusahaan, seperti risiko operasional, risiko pasar, risiko kredit, dan jenis risiko lainnya yang berpotensi menurunkan nilai perusahaan (Prabantarikso, 2022).

Tujuan utama penerapan manajemen risiko dalam organisasi atau perusahaan adalah untuk mengurangi biaya operasional, mencegah terjadinya kegagalan usaha, meningkatkan keuntungan, serta menekan pengeluaran produksi. Implementasi manajemen risiko ini melibatkan berbagai upaya dan metode yang dapat diakses oleh organisasi, khususnya dalam rangka memastikan keberlangsungan perusahaan dan kesejahteraan karyawan yang terlibat di dalamnya (Pandey, 2024).

Dalam praktiknya, manajemen risiko memberikan otoritas yang signifikan kepada manajer risiko, meskipun pengendalian risiko juga dapat diserahkan kepada pihak ketiga seperti broker atau agen independen. Namun, peran manajer risiko memiliki cakupan tugas yang lebih luas dibandingkan fungsi agen independen atau broker, yang biasanya terbatas pada pengadaan proteksi asuransi. Manajer risiko bertanggung jawab pada fungsi strategis yang lebih komprehensif dalam mengelola risiko perusahaan secara menyeluruh.

ISO 31000:2018

ISO 31000 merupakan standar internasional yang dirancang untuk memberikan kerangka kerja dan pedoman dalam pelaksanaan manajemen risiko secara efektif dan terintegrasi di berbagai jenis organisasi. Standar ini pertama kali diterbitkan oleh International Organization for Standardization (ISO) pada tahun 2009 dan telah menjadi acuan global dalam mengelola risiko dengan pendekatan yang sistematis dan konsisten. Di Indonesia, ISO 31000 telah diadopsi ke dalam Standar Nasional Indonesia (SNI) dengan kode SNI ISO 31000:2011, yang kemudian direvisi menjadi SNI 8615:2018 ISO 31000:2018 guna menyesuaikan dengan perkembangan praktik manajemen risiko terkini dan kebutuhan nasional (Mukhlis, 2024).

Penerapan ISO 31000 menekankan pentingnya kebijakan dan prinsip yang jelas dalam manajemen risiko sebagai bagian dari tata kelola organisasi. Standar ini mengatur proses manajemen risiko yang meliputi beberapa tahap kunci, yaitu komunikasi dan konsultasi dengan para pemangku kepentingan, penetapan konteks organisasi dan lingkungan eksternal maupun internal, serta identifikasi, analisis, evaluasi, dan pengendalian risiko. Proses ini bersifat iteratif dan berkelanjutan, memungkinkan organisasi untuk melakukan peninjauan dan pelaporan risiko secara berkala sehingga dapat merespon perubahan kondisi dengan cepat dan tepat (Wibowo, 2022).

Selain memberikan panduan teknis, ISO 31000 juga menekankan bahwa manajemen risiko harus menjadi bagian integral dari pengambilan keputusan strategis dan operasional di organisasi. Dengan mengadopsi standar ini, organisasi tidak hanya mampu mengidentifikasi dan mengelola risiko secara lebih efektif, tetapi juga dapat memanfaatkan peluang yang muncul dari ketidakpastian untuk mencapai tujuan secara lebih optimal. Oleh karena itu, ISO 31000 tidak hanya berfungsi sebagai alat mitigasi risiko, tetapi juga sebagai kerangka kerja yang mendukung keberlanjutan dan daya saing organisasi di tengah lingkungan bisnis yang dinamis.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan entitas ekonomi yang beroperasi secara independen oleh individu maupun badan usaha, dengan skala yang lebih kecil dibandingkan perusahaan besar. Sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008, klasifikasi UMKM didasarkan pada batasan aset dan omzet tahunan. UMKM memiliki peran strategis dalam memperkuat struktur ekonomi nasional, khususnya melalui kontribusinya dalam pertumbuhan ekonomi daerah, penciptaan lapangan kerja, serta pengembangan kewirausahaan secara luas (Prastika & Purnomo, 2014). Dalam praktik operasionalnya, UMKM kerap menghadapi keterbatasan sumber daya, seperti modal terbatas, teknologi yang kurang memadai, serta kapasitas manajerial yang belum optimal. Kondisi ini

menyebabkan UMKM rentan terhadap berbagai jenis risiko bisnis, mulai dari volatilitas pasar, masalah likuiditas akibat keterlambatan pembayaran, gangguan pada proses operasional, hingga ketidakpastian regulasi (Atmini, 2024). Oleh sebab itu, meskipun skala usaha tergolong kecil, penerapan manajemen risiko yang efektif menjadi faktor krusial dalam menjaga kesinambungan bisnis UMKM.

Karakteristik UMKM yang berbeda dari perusahaan besar juga tercermin dalam tata kelola dan penerapan sistem manajemen risiko yang umumnya belum terstruktur secara formal. Pendekatan terhadap risiko cenderung bersifat reaktif, sehingga berpotensi menghambat kemampuan UMKM dalam menghadapi dinamika persaingan yang semakin kompleks. Pada sektor jasa periklanan, seperti yang dialami oleh NR Advertising, risiko yang dihadapi tidak hanya bersifat finansial dan operasional, tetapi juga mencakup risiko eksternal seperti perubahan tren pasar, ketergantungan pada klien utama, serta kemajuan teknologi digital. Dengan demikian, penggunaan alat manajemen risiko yang sistematis, seperti Risk Register, menjadi penting untuk mengidentifikasi dan mengelola risiko secara menyeluruh, sekaligus mendukung perumusan strategi mitigasi yang efektif guna menjaga keberlanjutan usaha.

3. Method

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode penelitian lapangan. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai risiko operasional dan praktik manajemen risiko yang diterapkan pada UMKM (Prabantarikso et al., 2022). Informan penelitian terdiri atas pemilik usaha dan karyawan inti NR Advertising yang terlibat langsung dalam proses operasional dan pengambilan keputusan usaha. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur dan observasi langsung terhadap aktivitas operasional usaha. Wawancara digunakan untuk menggali informasi mengenai jenis risiko, penyebab, dan dampaknya, sedangkan observasi bertujuan untuk memverifikasi kondisi lapangan yang berpotensi menimbulkan risiko. Analisis data dilakukan dengan mengacu pada tahapan manajemen risiko ISO 31000, yaitu identifikasi risiko, analisis risiko berdasarkan tingkat kemungkinan dan dampak, serta evaluasi dan perlakuan risiko yang dituangkan dalam Risk Register (Mukhlis et al., 2024). Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dengan membandingkan hasil wawancara dan observasi lapangan. Aspek etika penelitian diperhatikan dengan memperoleh persetujuan dari informan, menjaga kerahasiaan data usaha, serta memastikan bahwa data digunakan hanya untuk kepentingan akademik.

4. Results

Aktivitas Operasi NR Advertising

NR Advertising merupakan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang bergerak di bidang jasa periklanan dan promosi visual. Layanan utama yang disediakan oleh NR Advertising meliputi pembuatan spanduk, baliho, neon box, branding kendaraan, cetak banner, stiker, dan desain grafis lainnya yang dibutuhkan oleh konsumen, baik individu maupun instansi. Selain itu, NR Advertising juga melayani jasa desain digital dan promosi berbasis media sosial. Usaha ini melayani pelanggan di wilayah Kota dan Kabupaten Solok serta sekitarnya. Dalam proses operasionalnya, peran utama dijalankan oleh pemilik usaha, Bapak Husnal Petra, yang bertanggung jawab atas seluruh aspek bisnis, mulai dari pengelolaan keuangan, penjadwalan produksi, pembelian bahan baku (seperti bahan flexi, tinta, vinil, dan alat pendukung lainnya), koordinasi dengan pelanggan, hingga proses pemasaran. NR Advertising sudah memiliki cabang di beberapa kabupaten seperti Kab. Solok, Kab. Sijunjung, dan Kota Sawahlunto, dalam pelaksanaannya dibantu oleh beberapa karyawan teknis dan administrasi yang bertugas menangani operasional harian seperti mendesign, mencetak, memotong, merakit media promosi, serta melayani pelanggan yang datang langsung ke lokasi usaha. Dalam struktur kerja NR Advertising, karyawan memiliki peran penting dalam mendukung kelancaran proses produksi dan layanan. Mereka bertugas mengoperasikan computer, mesin cetak digital, melakukan proses laminasi dan finishing produk, serta berinteraksi dengan pelanggan untuk memastikan pesanan sesuai dengan permintaan. Selain itu, setiap karyawan dibagi bagi dalam pekerjaan masing-masing dan membukukan transaksi yang ada pada bagian yang telah diamanahkan selanjutnya dilaporkan kepada owner utama dalam bentuk laporan sederhana, serta mengelola komunikasi melalui media sosial dan pesan instan.

NR Advertising juga bergantung pada keberadaan supplier bahan baku seperti distributor tinta, bahan flexi, dan media promosi lainnya. Karena bukan produsen bahan promosi, NR Advertising menggunakan sistem pembelian langsung dari supplier dan distributor terpercaya yang dapat mengirimkan bahan sesuai kebutuhan dan volume proyek yang sedang berjalan. NR Advertising memiliki beberapa mitra pemasok utama yang berperan penting dalam kelancaran stok bahan dan peralatan cetak. NR Advertising membuka layanan Setiap hari, pukul 08.00 – 17.00 WIB. Pelanggan dapat langsung mengunjungi lokasi usaha di Jalan Lintas Sumatera Km. 10, Limau Kapeh, Solok – Sungai Lasi, Kabupaten Solok, Provinsi Sumatera Barat, untuk berkonsultasi, melakukan pemesanan, atau mengambil hasil cetakan. Di luar jam operasional

tersebut, komunikasi pelanggan dilayani melalui media sosial dan WhatsApp, meskipun respons mungkin tertunda. Untuk pesanan yang masuk setelah pukul 16.00 WIB, biasanya proses produksi atau pengiriman dilakukan pada hari kerja berikutnya.

Proses Identifikasi Risiko

Berdasarkan hasil pengamatan terhadap proses bisnis yang berlangsung di NR Advertising serta wawancara langsung dengan karyawan inti, terdapat beberapa risiko yang dapat diidentifikasi dalam aktivitas operasional sehari-hari, antara lain:

1. Kesalahan dalam proses produksi, risiko terjadinya kesalahan pada desain cetak yang dapat menyebabkan hasil produk tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan.
2. Kerusakan alat produksi, gangguan teknis pada mesin cetak atau peralatan produksi lainnya yang dapat menghambat kelancaran operasional.
3. Keterlambatan pembayaran pelanggan, risiko pembayaran yang terlambat dari pelanggan yang dapat memengaruhi arus kas dan stabilitas keuangan usaha.
4. Kehilangan pelanggan, potensi kehilangan pelanggan akibat persaingan usaha yang ketat maupun ketidakpuasan terhadap layanan.
5. Kerusakan komputer dan kehilangan data, risiko kerusakan perangkat komputer dan hilangnya data penting yang berdampak pada proses administrasi dan produksi.
6. Keterlambatan pengadaan bahan baku, terjadinya keterlambatan pasokan bahan baku dari pemasok yang dapat menyebabkan penundaan produksi.
7. Pengunduran diri karyawan kunci, risiko karyawan kunci yang keluar dari perusahaan sehingga mengganggu kelancaran operasional.
8. Pengeluaran melebihi anggaran, risiko biaya operasional yang membengkak dan melebihi anggaran yang telah direncanakan.
9. Kenaikan harga bahan baku, fluktuasi harga bahan baku yang meningkat secara signifikan, menekan margin keuntungan usaha.
10. Komunikasi tidak jelas dengan pelanggan, risiko kesalahpahaman akibat komunikasi yang kurang efektif antara usaha dan pelanggan, yang dapat menurunkan kepuasan pelanggan.

Identifikasi risiko pada UMKM NR Advertising difokuskan pada risiko operasional yang dikelompokkan ke dalam enam kategori utama, yaitu risiko produksi & desain, risiko pemasaran & pelayanan, risiko keuangan, risiko pengadaan & logistik, risiko manajemen umum, serta risiko teknologi dan sistem. Setiap kategori dianalisis untuk mengidentifikasi potensi gangguan yang dapat memengaruhi kelangsungan usaha. Proses identifikasi risiko ini dilakukan melalui pendekatan analisis tingkat kemungkinan (Likelihood) dan tingkat dampak (Impact) dari masing-masing peristiwa risiko.

Penilaian menggunakan skala numerik dari 1 hingga 5, yang menggambarkan:

Likelihood (Kemungkinan Terjadi):

- 5 = Sangat Sering
- 4 = Sering
- 3 = Cukup Sering
- 2 = Jarang
- 1 = Sangat Jarang

Impact (Dampak Terjadi):

- 5 = Sangat Besar
- 4 = Besar
- 3 = Sedang
- 2 = Kecil
- 1 = Sangat Kecil

Tabel 1
Hasil Identifikasi Risiko

Kategori Risiko	Kode Risiko	Kejadian Risiko	Akar Penyebab	Dampak/Konsekuensi
Produksi & Design	R1	Kesalahan dalam proses produksi (Kesalahan dalam desain cetak)	Kurangnya pelatihan, SOP tidak diikuti	Penurunan kualitas produk, pemborosan bahan
	R2	Kerusakan alat produksi (Mesin)	Kurangnya maintenance dan usia alat yang sudah tua	Gangguan produksi menyebabkan keterlambatan pesanan lektor kepala dan guru besar sangat rendah
Keuangan	R3	Keterlambatan pembayaran pelanggan	Pelanggan terlambat bayar karena masalah keuangan	Cash flow terganggu, kesulitan membayar biaya operasional

Kategori Risiko	Kode Risiko	Kejadian Risiko	Akar Penyebab	Dampak/Konsekuensi
	R8	Pengeluaran melebihi anggaran	Kurangnya pengawasan pengeluaran	Terhambatnya arus kas, pengurangan keuntungan
Pemasaran & Pelayanan	R4	Kehilangan pelanggan	Kurangnya inovasi produk dan layanan pelanggan	Pendapatan menurun, reputasi usaha menurun
	R10	Komunikasi tidak jelas dengan pelanggan	Kurangnya standar komunikasi dan pelatihan karyawan	Ketidakpuasan pelanggan, potensi kehilangan pelanggan
Teknologi dan Sistem	R5	Kerusakan komputer & kehilangan data	Tidak ada backup data rutin, software usang	Gangguan operasional, hilangnya data penting
Pengadaan & Logistik	R6	Keterlambatan pengadaan bahan baku	Pemasok tidak tepat waktu, logistik kurang optimal	Proses produksi terhenti, keterlambatan pengiriman produk
	R9	Kenaikan harga bahan baku	Fluktuasi pasar, inflasi, pemasok menaikkan harga	Margin keuntungan menurun, biaya produksi naik
Manajemen Umum	R7	Karyawan kunci mengundurkan diri	Ketidakpuasan kerja, tawaran pekerjaan lebih baik	Gangguan operasional, kehilangan keahlian penting

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel identifikasi risiko diatas telah diuraikan menjadi 10 risiko yang terjadi pada operasional UMKM NR Advertising. Kejadian risiko yang muncul telah diidentifikasi dengan melihat sebab dan akibat risiko yang timbul. Hasil kejadian risiko pada tabel diatas disesuaikan dengan wawancara dengan karyawan inti pada NR Advertising.

Hasil Analisis Risiko

Risiko-risiko yang telah teridentifikasi selanjutnya akan dianalisis secara mendalam dengan mengacu pada dua parameter utama, yaitu tingkat kemungkinan terjadinya (*likelihood*) dan besaran dampak yang ditimbulkan terhadap operasional usaha. Masing-masing parameter dinilai menggunakan skala indeks 1 hingga 5, dengan penjabaran makna sebagai berikut:

Tabel 2
Hasil Analisis Skor Risiko Inherent

Kejadian Risiko	Risiko Inherent			
	Probabilitas (P)	Dampak	Skor Risiko Inherent (W)	Tingkat Risiko Inheren
Kesalahan dalam proses produksi (Kesalahan dalam desain cetak)	1 = Sangat Kecil	2 = Ringan	2	Low risk
Kerusakan alat produksi/Mesin	2 = Kecil	4 = Berat	8	High Risk
Keterlambatan pembayaran pelanggan	1 = Sangat Kecil	3 = Sedang	3	Low risk
Pengeluaran melebihi anggaran	3 = Sedang	3 = Sedang	9	High Risk
Kehilangan pelanggan	2 = Kecil	4 = Berat	8	High Risk
Komunikasi tidak jelas dengan pelanggan	1 = Sangat Kecil	3 = Sedang	3	Low risk
Kerusakan komputer & kehilangan data	2 = Kecil	4 = Berat	8	High Risk
Keterlambatan pengadaan bahan baku	2 = Kecil	3 = Sedang	6	Medium Risk
Kenaikan harga bahan baku	2 = Kecil	3 = Sedang	6	Medium Risk
Karyawan kunci mengundurkan diri	2 = Kecil	4 = Berat	8	High Risk

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan hasil analisis yang disajikan dalam tabel sebelumnya, kesepuluh kejadian risiko yang teridentifikasi menunjukkan variasi skor yang mencerminkan perbedaan tingkat kemungkinan terjadinya serta besaran dampak yang ditimbulkan terhadap operasional UMKM NR Advertising. Perbedaan skor ini mencerminkan tingkat urgensi penanganan masing-masing risiko, sekaligus menjadi dasar dalam penentuan prioritas strategi pengelolaan risiko yang paling sesuai dengan kondisi aktual perusahaan.

Evaluasi Risiko

Sebagai tindak lanjut dari proses penilaian, hasil analisis skor risiko disusun berdasarkan kombinasi antara probabilitas terjadinya dan tingkat dampak yang ditimbulkan. Setiap kode risiko kemudian dipetakan ke dalam kategori tertentu sesuai dengan total skor risiko yang diperoleh. Pemetaan ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang terstruktur mengenai tingkat urgensi masing-masing risiko, serta mendukung pengambilan keputusan yang lebih tepat sasaran dalam penyusunan strategi mitigasi. Rincian klasifikasi tersebut disajikan dalam tabel berikut sebagai alat bantu visual dalam menentukan prioritas penanganan risiko.

Tabel 3
Hasil Penempatan Skor Risiko

Kemungkinan		Dampak				
		1	2	3	4	5
		Insignificant	Minor	Moderat	Significant	Catastrophic
5	Certain					
4	Likely					
3	Possible			R8		
2	Unlikely			R6, R9	R2, R5, R7, R4	
1	Rare		R1	R3, R10		

Sumber: Data diolah, 2025

Mengacu pada hasil penempatan skor risiko dalam tabel diatas, diketahui bahwa terdapat tiga kejadian risiko yang tergolong dalam zona hijau (*low risk*), dua kejadian risiko berada pada zona kuning (*medium risk*), dan lima kejadian risiko masuk dalam kategori zona oranye (*high risk*). Klasifikasi ini memberikan gambaran awal mengenai tingkat urgensi dari setiap risiko yang dihadapi oleh UMKM NR Advertising. Informasi ini selanjutnya menjadi dasar bagi peneliti dalam merumuskan perlakuan risiko yang tepat untuk diterapkan di masa mendatang. Strategi penanganan yang dirancang bertujuan untuk memastikan keberlanjutan operasional dan adaptabilitas usaha terhadap potensi risiko yang mungkin kembali muncul. Adapun rincian perlakuan risiko atau evaluasi yang diusulkan disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4
Analisis Evaluasi dan Rencana Penanganan Risiko

Kode Risiko	Kriteria Manajemen Risiko		Orang yang Bertanggungjawab
	Strategi	Pola	
R1	Accept	Mempertahankan Risiko dengan keputusan yang tepat	Karyawan
R2	Mitigate	Mengubah kemungkinan dan dampak yang akan timbul	Karyawan
R3	Accept	Mempertahankan Risiko dengan keputusan yang tepat	Karyawan
R4	Mitigate	Mengubah kemungkinan dan dampak yang akan timbul	Owner
R5	Mitigate	Mengubah kemungkinan dan dampak yang akan timbul	Karyawan
R6	Exploid	Menghindari Risiko atau melanjutkan aktivitas yang ada	Owner
R7	Mitigate	Mengubah kemungkinan dan dampak yang akan timbul	Owner
R8	Mitigate	Mengubah kemungkinan dan dampak yang akan timbul	Owner
R9	Exploid	Menghindari Risiko atau melanjutkan aktivitas yang ada	Owner
R10	Accept	Mempertahankan Risiko dengan keputusan yang tepat	Karyawan

Analisis Risiko Residual

Analisis risiko residual disusun sebagai upaya untuk mengevaluasi sejauh mana risiko masih bertahan setelah diterapkannya langkah-langkah pengelolaan atau perlakuan yang telah dirancang terhadap masing-masing kejadian risiko yang teridentifikasi sebelumnya. Risiko residual merefleksikan efektivitas strategi mitigasi dalam menekan tingkat kemungkinan terjadinya serta dampak yang ditimbulkan. Dengan kata lain, analisis ini menunjukkan sisa eksposur risiko yang belum sepenuhnya tereliminasi. Keberadaan risiko residual menjadi indikator penting dalam siklus manajemen risiko berkelanjutan, karena memberikan dasar evaluatif terhadap intervensi yang telah dilakukan serta menjadi referensi untuk merancang tindakan korektif dan penyesuaian kebijakan di masa mendatang. Berikut terdapat analisis risiko residual jika kejadian risiko telah dilakukan penanganan dengan risiko residual sebagai berikut:

Tabel 5
Analisis Risiko Residual

Kejadian Risiko	Penanganan Risiko	Risiko residual			
		Probabilitas (P)	Dampak	Skor Risiko Inherent (W)	Tingkat Risiko Inheren
Kesalahan dalam proses produksi (Kesalahan dalam desain cetak)	Standar operasional prosedur (SOP) dan pelatihan rutin	1 = Sangat Kecil	2 = Kecil	2	Low risk
Kerusakan alat produksi (Mesin)	Maintenance berkala dan penyediaan alat cadangan	1 = Sangat Kecil	4 = Berat	4	Medium Risk
Keterlambatan pembayaran pelanggan	Penagihan dan komunikasi intensif dengan pelanggan.	1 = Sangat Kecil	3 = Sedang	3	Low risk
Pengeluaran melebihi anggaran	Program loyalitas dan survei kepuasan pelanggan	1 = Sangat Kecil	3 = Sedang	3	Low risk
Kehilangan pelanggan	Backup data rutin dan upgrade sistem teknologi	1 = Sangat Kecil	4 = Berat	4	Medium Risk
Komunikasi tidak jelas dengan pelanggan	Menjalin relasi dengan beberapa pemasok dan stok buffer	1 = Sangat Kecil	2 = Ringan	2	Low risk
Kerusakan komputer & kehilangan data	Program insentif dan pelatihan pengganti	1 = Sangat Kecil	3 = Sedang	3	Low risk
Keterlambatan pengadaan bahan baku	Pengawasan anggaran dan evaluasi keuangan berkala	1 = Sangat Kecil	3 = Sedang	3	Low risk
Kenaikan harga bahan baku	Negosiasi kontrak jangka panjang, diversifikasi pemasok	1 = Sangat Kecil	2 = Ringan	2	Low risk
Karyawan kunci mengundurkan diri	Standar prosedur komunikasi dan pelatihan Karyawan rutin	1 = Sangat Kecil	4 = Berat	4	Medium Risk

Sumber: Data diolah, 2025

Hasil analisis risiko residual pada tabel diatas disesuaikan dengan wawancara dengan karyawan inti pada NR Advertising jika evaluasi dan penanganan risiko telah dilakukan. Resiko residual menunjukkan bahwa setelah dilakukan penanganan risiko, risiko NR Advertising telah menurun menjadi risiko low dan medium. Penanganan risiko yang telah dilakukan cukup efektif dalam menurunkan risiko pada UMKM NR Advertising.

5. Conclusion

Berdasarkan pada hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa implementasi risiko operasional pada NR Advertising sebagai Berikut:

1. **Identifikasi Risiko.** Hasil identifikasi risiko yang diperoleh melalui wawancara mendalam dengan karyawan inti serta observasi terhadap aktivitas operasional, mengungkap adanya sepuluh jenis risiko yang berpotensi memengaruhi kelangsungan usaha UMKM NR Advertising. Risiko-risiko tersebut diklasifikasikan ke dalam enam kategori utama yang selaras dengan karakteristik dan struktur bisnis NR Advertising, yaitu Produksi dan Desain, Pemasaran dan Pelayanan, Keuangan, Pengadaan dan Logistik, Manajemen Umum, serta Teknologi dan Sistem. Setiap risiko yang teridentifikasi telah disusun dalam sebuah tabel berdasarkan dua parameter utama, yakni tingkat kemungkinan terjadinya (likelihood) dan tingkat dampak (impact) yang mungkin ditimbulkan. Penilaian tersebut didasarkan pada hasil wawancara serta pengamatan terhadap proses kerja dan tantangan operasional yang dihadapi NR Advertising secara rutin.
2. **Analisis Risiko.** Berdasarkan hasil analisis terhadap sepuluh risiko yang telah diidentifikasi dalam aktivitas operasional UMKM NR Advertising, masing-masing risiko dievaluasi menggunakan indeks penilaian yang mengacu pada dua kriteria utama, yaitu tingkat kemungkinan (likelihood) dan tingkat dampak (impact). Setiap risiko diberikan skor yang mencerminkan tingkat urgensinya, dan hasil penilaian ini divisualisasikan dalam bentuk zona warna hijau, kuning, orange, dan merah yang menunjukkan tingkat risiko rendah, sedang, hingga tinggi. Penetapan skor serta klasifikasi zona tersebut menjadi dasar dalam merumuskan strategi pengelolaan risiko, seperti *Avoid* (menghindari), *Transfer* (mengalihkan), *Mitigate* (mengurangi), *Accept* (menerima), *Exploit* (memanfaatkan), *Share* (berbagi), dan *Enhance* (meningkatkan) yang disesuaikan dengan prioritas serta kapasitas sumber daya yang dimiliki oleh UMKM NR Advertising.
3. **Evaluasi Risiko.** Evaluasi atas hasil analisis risiko mengungkapkan bahwa terdapat tiga risiko yang tergolong dalam zona hijau, dua risiko masuk ke dalam zona kuning, serta lima risiko dikategorikan dalam zona oranye. Klasifikasi zona ini didasarkan pada kombinasi antara tingkat probabilitas terjadinya risiko dan besaran dampaknya terhadap operasional UMKM NR Advertising. Zona hijau merepresentasikan risiko rendah yang masih dapat diterima, zona kuning menunjukkan risiko sedang yang membutuhkan perhatian dan pengendalian, sedangkan zona oranye menandakan risiko tinggi yang memerlukan tindakan penanganan segera dan strategi mitigasi yang lebih intensif. Pembagian zona tersebut dijadikan acuan dalam menentukan langkah pengelolaan risiko yang sesuai untuk meminimalkan kemungkinan terjadinya risiko serta dampaknya di masa depan. Seluruh upaya penanganan risiko akan dipantau dan dievaluasi secara berkala oleh pihak yang bertanggung jawab pada setiap bagian operasional terkait, seperti bagian produksi dan desain, keuangan, pemasaran, hingga pengadaan, guna memastikan efektivitas pelaksanaan strategi pengelolaan risiko yang telah ditetapkan.
4. **Perlakuan Risiko.** Berdasarkan temuan tersebut, pemilik usaha NR Advertising memiliki kewenangan untuk melakukan revisi terhadap perlakuan risiko yang telah ditetapkan dalam penelitian apabila implementasi strategi yang direkomendasikan belum menunjukkan efektivitas dan efisiensi dalam mengurangi probabilitas maupun dampak risiko. Penyesuaian ini menjadi langkah krusial untuk memastikan bahwa strategi manajemen risiko yang diterapkan tetap relevan dengan kondisi operasional saat ini serta mampu beradaptasi dengan perubahan dinamika usaha, baik dari aspek internal maupun eksternal.

Secara praktis, penelitian ini merekomendasikan agar pelaku UMKM mulai menyusun dan memperbarui Risk Register secara berkala sebagai bagian dari proses pengambilan keputusan usaha. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian, menggunakan metode kuantitatif atau campuran, serta mengkaji hubungan antara manajemen risiko, kinerja keuangan, dan keberlanjutan UMKM

References (bold, 11pt)

- Atmini, N. D., Hidayanti, U. F., & Gunara, Y. N. (2024). Analisis Manajemen Risiko Keuangan Pada UMKM Lela Florist Kota Semarang. *Jurnal Visi Manajemen*, 10(2), 215–226.
- Azizah, W., & Farid, M. (2021). Manajemen Risiko Dalam Perbankan Syariah. *Muhasabatuna: Jurnal Akuntansi Syariah*, 3(2), 67–80.
- Bakrie, R. M. R., Suri, S. A., Sahara, A., & Pratama, V. H. (2024). Pengaruh Kreativitas UMKM Serta Kontribusinya Di Era Digitalisasi Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 82–88.

- Hafiz, A. P., & Budianto, A. (2025). Analisis Manajemen Risiko Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Pada Umkm Kerupuk Amplang Kecamatan Reteh Riau. *Manajemen Keuangan Syariah*, 5(1), 18–38.
- Hidayatullah, H. (2023). *Manajemen Risiko Opeasional*.
- Mukhlis, E. N. A., Judijanto, L., Sukma, F. H., Sari, H. P. R., Munizu, M., & Sinulingga, G. (2024). *Enterprise Risk Management: Teori Dan Implementasi Manajemen Risiko*. Pt. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Mulyanti, D. (2017). Manajemen Keuangan Perusahaan. *Akurat/ Jurnal Ilmiah Akuntansi Fe Unibba*, 8(2), 62–71.
- Nurdiani, T. W. (2022). *Tipologi Leadership Dan Manajemen Risiko*. Penerbit Nem.
- Pandey, R. D. (2024). Strategi Pengelolaan Risiko. *Manajemen Risiko*, 65.
- Prabantarikso, R. M., Fahmy, E., Abidin, Z., & Abdulrachman, Y. (2022). *Konsep Dan Penerapan Manajemen Risiko Operasional: Rcsa-Kri-Led*. Deepublish.
- Prastika, N. E., & Purnomo, D. E. (2014). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kota Pekalongan. *Jurnal Litbang Kota Pekalongan*, 7.
- Siregar, B. G. (2024). *Manajemen Risiko: Teori & Aplikasi Pada Dunia Usaha Dan Perbankan*. Nas Media Pustaka.
- Tambunan, T. T. H. (2021). *Umkm Di Indonesia: Perkembangan, Kendala, Dan Tantangan*. Prenada Media.
- Wibowo, A. (2022). Manajemen Risiko. *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*, 1–392.
- Yoewono, J. O., & Prasetyo, A. H. (2022). Rancangan Dan Proses Manajemen Risiko Pada Pt Surya Selaras Cita. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 6(1), 56.
- Zaidah, K. (2019). *Analisis Manajemen Risiko Operasional Dengan Pendekatan Iso 31000 Pada Perusahaan Supplier General Trading (Ud. Hasta Jaya)*. Universitas Muhammadiyah Gresik.