



E-ISSN 3032-601X & P-ISSN 3032-7105

Vol. 3, No. 1, 2026

MISTER

**Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science,
Technology and Educational Research**

**Jurnal Penelitian Multidisiplin dalam Ilmu
Pengetahuan, Teknologi dan Pendidikan**

**UNIVERSITAS SERAMBI MEKKAH
KOTA BANDA ACEH**

mister@serambimekkah.ac.id

Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science Technology
and Educational Research

Journal of MISTER

Vol. 3, No. 1, 2026

Pages: 81–89

Analisis Manajemen Risiko Bisnis pada Online Shop di Kawasan
Desa Dukuhwringin Kecamatan Slawi Kabupaten Tegal
(Studi Kasus: Olshop Anggun dan Olshop Afifah)

Indriyani Pujilestari, Amirah

Universitas Pancasakti Tegal, Indonesia

Article in Journal of MISTER

Available at : <https://jurnal.serambimekkah.ac.id/index.php/mister/index>

DOI : <https://doi.org/10.32672/mister.v3i1.3890>

How to Cite this Article

APA : Indriyani Pujilestari, & Amirah. (2025). 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://doi.org/10.32672/mister.v3i1.3890>

Others Visit : <https://jurnal.serambimekkah.ac.id/index.php/mister/index>

MISTER: *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research* is a scholarly journal dedicated to the exploration and dissemination of innovative ideas, trends and research on the various topics include, but not limited to functional areas of Science, Technology, Education, Humanities, Economy, Art, Health and Medicine, Environment and Sustainability or Law and Ethics.

MISTER: *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research* is an open-access journal, and users are permitted to read, download, copy, search, or link to the full text of articles or use them for other lawful purposes. Articles on Journal of MISTER have been previewed and authenticated by the Authors before sending for publication. The Journal, Chief Editor, and the editorial board are not entitled or liable to either justify or responsible for inaccurate and misleading data if any. It is the sole responsibility of the Author concerned.



ISSN 3032-7105

ISSN 3032-601X



Analisis Manajemen Risiko Bisnis pada Online Shop di Kawasan Desa Dukuhwringin Kecamatan Slawi Kabupaten Tegal (Studi Kasus : Olshop Anggun dan Olshop Afifah)

Indriyani Pujilestari^{1*}, Amirah²

Universitas Pancasakti Tegal, Kota Tegal, Indonesia^{1,2}

*Email Korespodensi: indriazara.28@gmail.com

Diterima: 04-11-2025

| Disetujui: 14-11-2025

| Diterbitkan: 16-11-2025

ABSTRACT

This research aims to analyze business risk management on two online shops, Anggun Shop and Afifah Shop, which represent local entrepreneurs adapting to the digital economy. The study uses a qualitative descriptive method with data collected through observation, interviews, and documentation. The results show that Anggun Shop, which has been operating for 15 years, faces higher and more complex risks, particularly in operational, marketing, and technological aspects, due to its large business scale. Meanwhile, Afifah Shop, which started in 2017, encounters moderate risks primarily related to limited capital, marketing, and product management but can still survive and grow through effective adaptation strategies. Both businesses have implemented risk management strategies such as operational efficiency, digital marketing expansion, customer relationship improvement, and continuous evaluation. These strategies are essential for maintaining competitiveness and ensuring sustainability in the increasingly dynamic digital marketplace.

Keywords: Risk Management; Online Shop; Keyword 3; Digital Economy; Dukuhwringin Village.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen risiko bisnis pada dua pelaku usaha online, yaitu Anggun Shop dan Afifah Shop, yang menjadi representasi adaptasi pelaku UMKM terhadap ekonomi digital. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Anggun Shop yang telah beroperasi selama 15 tahun menghadapi risiko yang lebih kompleks terutama pada aspek operasional, pemasaran, dan teknologi akibat skala usahanya yang besar. Sementara itu, Afifah Shop yang berdiri sejak tahun 2017 menghadapi risiko sedang pada aspek modal, pemasaran, dan pengelolaan stok barang, namun mampu bertahan melalui strategi adaptasi yang efektif. Kedua olshop menerapkan strategi manajemen risiko seperti efisiensi operasional, perluasan pemasaran digital, peningkatan hubungan pelanggan, dan evaluasi risiko secara berkala. Strategi ini terbukti penting dalam menjaga daya saing dan keberlanjutan usaha di tengah persaingan pasar digital yang semakin ketat.

Katakunci: Manajemen Risiko; Online shop; Ekonomi digital; Desa Dukuhwringin.

PENDAHULUAN

Kemajuan dalam teknologi digital telah menghasilkan peningkatan yang luar biasa dalam perkembangan bisnis online shop (olshop) di berbagai tempat, termasuk di Desa Dukuhwringin. Dengan menggunakan platform media sosial seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan WhatsApp, pemilik usaha bisa memperluas promosi produk mereka. Usaha yang dimulai dari rumah bisa berkembang hingga memiliki toko fisik dan hadir di berbagai platform pasar. Kehadiran platform seperti Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop juga mempermudah para pelaku usaha untuk memasarkan produk mereka secara lebih efisien dan menjangkau lebih banyak konsumen. Di era globalisasi ini, hampir semua transaksi perdagangan dilakukan secara online, sehingga pelaku usaha harus menyesuaikan diri agar dapat bertahan dan bersaing dalam pasar digital yang kompetitif. Manajemen risiko menjadi aspek penting untuk membantu pelaku usaha mengelola ketidakpastian dalam bisnis mereka, karena merupakan metode sistematis untuk mengidentifikasi, menilai, dan mengelola risiko agar keputusan bisnis dapat memberikan hasil optimal dan berkelanjutan (Dewi & Harsono, 2024). Selain itu, penerapan manajemen risiko berdasarkan standar ISO 31000 juga dapat membantu pelaku usaha kecil dan menengah dalam menghadapi kemungkinan potensi kerugian serta meningkatkan daya saing mereka (Zakaria & Alfiana, 2024).

Pemasaran online yang bersifat interaktif menjadi salah satu metode yang digunakan oleh perusahaan untuk menjual barang dan layanan serta membangun hubungan dengan pelanggan melalui internet. Pemasaran produk melalui platform online perlu dilakukan agar dapat menarik perhatian konsumen dengan lebih mudah. Media online juga tidak membutuhkan investasi besar berkat keberadaan internet dan barang yang ingin dipasarkan (Herawati, Sakdiah, and Zaki 2024). Konsep pemasaran interaktif yang dijelaskan oleh Herawati, Sakdiah, and Zaki 2024 tercermin dalam strategi yang diterapkan oleh Anggun Shop dan Afifah Shop yang mengandalkan media sosial sebagai sarana utama promosi dan penjualan. Peranan marketplace dalam usaha jualan online juga dapat meningkatkan pendapatan apabila toko memiliki daya saing tersendiri (Fikriyyah & Suparjimin, 2025). Dengan adanya marketplace, pelaku usaha dapat menjangkau konsumen secara lebih luas. Pengiriman barang dapat dilakukan dengan jangkauan yang jauh berkat subsidi biaya kirim yang diberikan oleh marketplace. Saat ini, marketplace yang banyak dipakai antara lain Shopee, Tokopedia, TikTok Shop, dan masih banyak yang lainnya.

Dengan adanya fenomena ini, di kawasan Desa Dukuhwringin terdapat dua pelaku bisnis online yang cukup aktif dan berkembang, yaitu Anggun Shop dan Afifah Shop. Kedua toko online tersebut beroperasi secara online dan fokus pada penjualan produk kecantikan, fashion, serta kebutuhan sehari-hari. Ini adalah contoh nyata bagaimana masyarakat pedesaan beradaptasi dengan perkembangan bisnis online. Anggun Shop dan Afifah Shop memiliki ciri khas masing-masing, dengan perbedaan dalam skala usaha, tingkat persaingan, dan risiko bisnis yang dihadapi. Meskipun demikian, meski pertumbuhan bisnis online di Desa Dukuhwringin menunjukkan tren yang positif, pelaku usaha masih dihadapkan pada beragam risiko yang dapat memengaruhi stabilitas dan keberlangsungan usaha mereka.

Anggun Shop adalah salah satu toko online yang sudah memiliki cakupan pasar yang lebih luas, dengan jumlah pelanggan yang lebih banyak, variasi produk yang lebih beragam, serta hadir di media sosial dan marketplace. Skala usaha yang lebih besar tentunya membawa potensi keuntungan yang tinggi, namun juga disertai risiko bisnis yang lebih kompleks. Di sisi lain, Afifah Shop merupakan toko online yang memiliki skala lebih kecil, dengan segmentasi pasar yang lebih terbatas, dan hanya tersedia di media sosial. Risiko yang dihadapi oleh Afifah Shop pun tidak sekompleks Anggun Shop karena cakupan pasarnya yang lebih kecil. Persaingan yang dihadapi juga bersifat lokal dan tidak seketat kompetitor yang telah memiliki

pasar yang lebih luas seperti Anggun Shop. Situasi ini menunjukkan pentingnya penerapan manajemen risiko yang tepat agar kedua usaha tersebut dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat dalam era digital. Oleh karena itu, dibutuhkan analisis manajemen risiko dengan tujuan dari penelitian ini adalah untuk: (1) Mengidentifikasi jenis-jenis risiko yang dihadapi dalam kegiatan operasional bisnis olshop, baik risiko dari marketplace maupun dari aktivitas penjualan secara langsung. (2) Mengevaluasi dan mengukur tingkat kemungkinan serta dampak dari masing-masing risiko terhadap keberlangsungan usaha. (3) Strategi pengelolaan risiko agar tetap bertahan dan tumbuh di tengah persaingan pasar digital.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yang dilakukan dengan survei langsung ke objek data yang terkait dengan penelitian ke lokasi penelitian yaitu toko online shop Anggun Shop dan Afifah Shop. Selan itu, penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang manajemen risiko dalam menghadapi persaingan. Teknik pengumpulan data meliputi observasi (pengamatan) terhadap aktivitas operasional dan layanan, wawancara dengan pemilik dan pelanggan, serta pengumpulan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Gambaran Umum

a. Anggun Shop



Gambar 1. Dokumentasi Dengan Penjual
Sumber : Anggun Shop

Anggun Shop merupakan usaha online yang cukup dikenal di Desa Dukuhwringin dan telah berjalan selama 15 tahun. Berawal dari penjualan sederhana di rumah, usaha ini berkembang dengan memanfaatkan media sosial dan marketplace seperti Shopee dan TikTok Shop, hingga kini memiliki ruko sebagai pusat operasional. Adaptasi terhadap teknologi digital dan kemampuan mengelola risiko membuat Anggun Shop mampu bertahan. Perluasan pasar melalui inovasi produk menjadi strategi penting dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen (Ekonomi, Manajemen, & Umar, 2025), sementara pemanfaatan teknologi digital seperti AI dan analisis data membantu

meningkatkan efisiensi dan hubungan pelanggan (Meriyana, 2025). Dari sisi keuangan, Anggun Shop mengalami peningkatan signifikan dari keuntungan ratusan ribu menjadi jutaan rupiah per bulan. Pengalaman panjang dan manajemen yang baik menjadikan Anggun Shop sebagai contoh keberhasilan bisnis lokal di era digital.

b. Afifah Shop



Gambar 2. Dokumentasi Dengan Penjual
Sumber : Afifah Shop

Afifah Shop adalah usaha online yang berdiri sejak 2017 dan berkembang pesat saat pandemi COVID-19. Awalnya berjualan dari rumah melalui WhatsApp, Facebook, Instagram, dan TikTok, hingga kini mampu menyewa ruko sebagai pusat operasional. Meski skala usahanya lebih kecil dibandingkan Anggun Shop, Afifah Shop tetap bertahan melalui pelayanan ramah, harga terjangkau, dan respon cepat. Risiko seperti penurunan permintaan dan perubahan tren dapat diatasi dengan strategi adaptif dan inovasi sederhana. Dengan pelanggan tetap yang loyal dan pengelolaan usaha yang konsisten, Afifah Shop memiliki potensi besar untuk terus berkembang di pasar digital lokal.

2) Mengidentifikasi Jenis-Jenis Risiko yang Dihadapi dalam Kegiatan Operasional Bisnis Olshop

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pemilik kedua olshop, yaitu Anggun Shop dan Afifah Shop, diketahui bahwa keduanya menghadapi jenis risiko bisnis yang hampir sama, hanya berbeda pada tingkat resikonya dan dampaknya terhadap keberlangsungan usaha. Risiko-risiko tersebut muncul dari aktivitas operasional, pemasaran, keuangan, persaingan, hingga penggunaan teknologi digital yang menjadi bagian penting dalam bisnis online saat ini.

1. Risiko Operasional

Kedua olshop menghadapi risiko operasional yang berhubungan dengan proses penyediaan barang dan layanan kepada konsumen. Risiko ini meliputi keterlambatan pengiriman dari pemasok, kesalahan dalam pencatatan stok, dan kemungkinan barang mengalami kerusakan atau kadaluarsa. Pada **Anggun Shop**, risiko ini lebih tinggi karena volume transaksi yang besar dan pengelolaan stok yang kompleks, terutama akibat penggunaan metode LIFO (*last-in, first-out*) yang seharusnya diganti dengan FIFO (*first-in, first-out*). Sementara pada **Afifah Shop**, risiko operasional lebih banyak disebabkan oleh keterbatasan modal dan perencanaan stok yang belum

optimal, seperti kurangnya analisis terhadap produk yang paling diminati konsumen. Selain itu, risiko kehilangan barang akibat pencurian juga menjadi tantangan tersendiri bagi Afifah Shop.

2. Risiko Pemasaran

Dalam aspek pemasaran, keduanya menghadapi tantangan yang sama yaitu menurunnya efektivitas promosi digital dan perubahan tren pembelian konsumen. **Anggun Shop** memiliki jangkauan pasar lebih luas, namun terkadang kurang aktif dalam promosi konten maupun kegiatan *live selling* di marketplace sehingga berdampak pada penurunan interaksi pelanggan. Sedangkan **Afifah Shop**, karena keterbatasan sumber daya dan waktu, masih mengandalkan promosi sederhana melalui media sosial tanpa strategi konten yang konsisten. Akibatnya, keduanya berisiko kehilangan daya saing terhadap toko-toko online lain yang lebih aktif berpromosi.

3. Risiko Keuangan

Risiko keuangan muncul akibat fluktuasi penjualan, kesalahan manajemen stok, dan barang yang tidak terjual. **Anggun Shop** berpotensi mengalami kerugian lebih besar karena skala usahanya yang luas, sehingga barang retur atau rusak, dan barang *expired* karna menggunakan sistem LIFO (*last-in, first-out*) dapat menurunkan laba secara signifikan. Sebaliknya, **Afifah Shop** menghadapi risiko keuangan akibat keterbatasan modal dan ketergantungan pada pelanggan tetap. Barang yang kadaluarsa atau dicuri juga menjadi sumber kerugian yang cukup besar bagi skala usaha kecil seperti Afifah Shop. Kedua olshop sama-sama perlu memperkuat pencatatan keuangan dan menyediakan dana cadangan agar mampu mengantisipasi potensi kerugian.

4. Risiko Persaingan

Kedua pelaku usaha menghadapi tingkat persaingan yang tinggi, baik dari toko online lokal maupun dari penjual lain di marketplace. **Anggun Shop**, dengan skala besar, harus mampu mempertahankan reputasi dan kualitas layanan agar tetap unggul di pasar yang lebih luas karna persaingannya dari toko online lain yang selalu mengikuti tren lewat konten dan live di media sosial maupun di marketplace. Sementara **Afifah Shop** berhadapan dengan tantangan dalam bersaing dengan toko yang memiliki variasi produk lebih lengkap serta strategi promosi lebih agresif. Untuk menghadapi risiko ini, keduanya perlu berinovasi dalam produk, memperkuat citra merek, serta menonjolkan pelayanan pelanggan sebagai keunggulan kompetitif.

5. Risiko Teknologi

Sebagai bisnis berbasis digital, risiko teknologi menjadi hal yang tak terhindarkan bagi kedua olshop. Gangguan sistem di marketplace, hilangnya akun media sosial, atau serangan siber dapat menghambat aktivitas penjualan dan komunikasi dengan pelanggan. **Anggun Shop**, dengan penggunaan platform yang lebih beragam, memiliki risiko teknis yang lebih tinggi, sedangkan **Afifah Shop** masih menghadapi keterbatasan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi secara optimal. Untuk mengurangi risiko ini, kedua olshop perlu memperkuat keamanan akun digital, melakukan pencadangan data, dan meningkatkan literasi digital bagi pengelolanya.

3) Mengevaluasi Dan Mengukur Tingkat Kemungkinan, Dampak Risiko, Serta Tingkat Resiko

Evaluasi risiko dilakukan untuk mengetahui tingkat kemungkinan dan dampak yang dapat timbul dari setiap jenis risiko yang dihadapi oleh kedua usaha, yaitu Anggun Shop dan Afifah Shop. Analisis ini

betujuan untuk memberikan gambaran mengenai perbedaan tingkat risiko pada masing-masing bidang usaha berdasarkan karakteristik dan skala operasionalnya. Penilaian dilakukan terhadap lima jenis risiko utama, yaitu risiko operasional, pemasaran, keuangan, persaingan, dan teknologi. Setiap risiko dinilai berdasarkan tingkat kemungkinan terjadinya (*likelihood*) dan besarnya dampak (*impact*) yang dapat memengaruhi keberlangsungan usaha. Berikut evaluasi dari masing-masing resiko:

- Risiko Operasional : Anggun Shop menghadapi risiko operasional akibat sistem manajemen stok yang kurang tepat (LIFO) serta tingginya volume transaksi. Perlu perbaikan sistem inventory dengan metode FIFO, serta penerapan pencatatan digital dan audit rutin stok agar meminimalkan barang kadaluarsa dan retur. Sedangkan Afifah Shop, risiko berasal dari lemahnya analisis permintaan dan pencurian. Afifah Shop perlu meningkatkan pengawasan, menggunakan CCTV, serta menerapkan sistem stok sederhana misalnya pencatatan di buku besar agar lebih efisien.
- Resiko Pemasaran : Kurangnya promosi lewat konten dan live menyebabkan penurunan daya saing. Diperlukan strategi digital marketing aktif di media sosial dan marketplace serta pelatihan konten kreatif untuk menarik pelanggan baru. Sedangkan Afifah Shop, Keterbatasan promosi digital membuat Afifah Shop sulit bersaing. Perlu peningkatan branding online, memanfaatkan live streaming penjualan, serta mengikuti tren media sosial agar tidak tertinggal.
- Resiko Keuangan : Kerugian akibat stok *expired* dan retur bisa diminimalkan dengan pengawasan *cash flow* dan pencatatan stok otomatis. Strategi diskon cepat untuk produk mendekati kadaluarsa juga bisa mengurangi kerugian. Sedangkan Afifah Shop, perlu menerapkan pengelolaan keuangan yang sederhana tetapi teratur, seperti mencatat setiap pemasukan dan pengeluaran setiap hari, menyesuaikan jumlah stok barang dengan kebutuhan pembeli,
- Resiko Persaingan : Persaingan antar toko online menuntut inovasi. Anggun Shop perlu memperkuat keunikan produk dan pelayanan serta meningkatkan interaksi pelanggan melalui promo dan konten. Sedangkan Afifah Shop, memiliki keunggulan hubungan dekat dengan pelanggan. Perlu mempertahankan personalisasi layanan dan membangun komunitas pelanggan tetap agar loyalitas meningkat.
- Resiko Teknologi : Perlu cadangan akun dan data penjualan, menggunakan multi-platform penjualan, dan memperkuat keamanan akun untuk menghindari kehilangan akses. Sedangkan Afifah Shop, Dapat ditingkatkan lagi dengan pelatihan penggunaan media sosial dan marketplace untuk memperluas pasar sekaligus memanfaatkan teknologi dengan lebih efektif.

Tabel 1. Perbandingan Tingkat Risiko Bisnis Anggun Shop dan Afifah Shop

Jenis Risiko	Kemungkinan Resiko (Anggun shop)	Dampak Resiko (Anggun Shop)	Kemungkinan Resiko (Afifah Shop)	Dampak Resiko (Afifah Shop)
Operasional	Tinggi	Besar	Sedang	Cukup Besar
Pemasaran	Sedang	Besar	Tinggi	Besar
Keuangan	Sedang	Besar	Tinggi	Besar
Persaingan	Tinggi	Besar	Sedang	Besar
Teknologi	Sedang	Cukup Besar	Kecil	Kecil

(Sumber: Hasil Observasi dan Wawancara Lapangan, 2025)

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 1, dapat disimpulkan bahwa Anggun Shop memiliki tingkat risiko yang lebih kompleks, terutama pada aspek operasional, persaingan, dan teknologi, namun mampu dikelola dengan baik berkat pengalaman dan sistem manajemen yang lebih matang. Sementara itu, Afifah Shop memiliki risiko yang lebih tinggi pada aspek keuangan dan pemasaran akibat keterbatasan modal dan promosi digital. Oleh karena itu, kedua usaha perlu memperkuat strategi digital, efisiensi operasional, dan inovasi pemasaran untuk menjaga daya saing serta mengurangi dampak risiko di masa mendatang.

4) Strategi Pengelolaan Risiko Agar Tetap Bertahan Dan Tumbuh Di Tengah Persaingan Pasar Digital.

Dalam menghadapi dinamika bisnis digital yang semakin cepat dan kompetitif, penerapan strategi pengelolaan risiko yang efektif menjadi kunci utama agar pelaku usaha seperti Anggun Shop dan Afifah Shop dapat bertahan serta terus tumbuh. Berdasarkan hasil penelitian, observasi, dan wawancara di lapangan, terdapat beberapa strategi pengelolaan risiko yang dapat diterapkan secara berkelanjutan oleh pelaku online shop di Desa Dukuhwringin.

1. Penerapan Sistem Manajemen Risiko Secara Terencana

Pelaku usaha perlu memiliki perencanaan manajemen risiko yang jelas mulai dari identifikasi risiko, penilaian tingkat dampak, hingga penetapan langkah pencegahan. Anggun Shop dapat menggunakan sistem digital seperti aplikasi stok dan pencatatan transaksi untuk mengurangi kesalahan operasional, sedangkan Afifah Shop dapat menyusun daftar risiko secara manual agar dapat dikendalikan lebih mudah sesuai dengan kapasitas usahanya.

2. Pengendalian Risiko Operasional melalui Efisiensi Proses

Efisiensi operasional dapat menekan potensi risiko seperti keterlambatan pengiriman, kesalahan stok, dan kerusakan produk. Kedua olshop dapat melakukan pemeriksaan barang secara rutin, menerapkan metode FIFO (*First In, First Out*) untuk rotasi produk, serta memastikan koordinasi yang baik dengan pihak ekspedisi dan pemasok agar operasional tetap lancar.

3. Diversifikasi Media Penjualan dan Promosi

Untuk mengurangi risiko penurunan penjualan akibat perubahan tren pasar, Anggun Shop dan Afifah Shop perlu meningkatkan penjualan produknya melalui berbagai platform seperti Shopee, TikTok Shop, dan media sosial lainnya, terutama afifah shop harus meramba ke marketplace. Selain itu, kegiatan promosi dapat diperluas dengan memanfaatkan fitur *live streaming sales*, konten video promosi, serta kerja sama dengan *influencer* lokal agar jangkauan pasar lebih luas dan stabil.

4. Penguatan Manajemen Keuangan dan Dana Cadangan

Pengelolaan keuangan yang baik dapat membantu pelaku usaha menghadapi risiko kerugian akibat barang retur, rusak, atau tidak laku. Anggun Shop dan Afifah Shop disarankan untuk mencatat seluruh transaksi secara teratur dan menyisihkan sebagian keuntungan sebagai dana cadangan (*reserve fund*) yang dapat digunakan saat kondisi penjualan menurun. Dengan demikian, kestabilan usaha dapat tetap terjaga.

5. Inovasi Produk dan Adaptasi terhadap Perubahan Pasar

Pasar digital sangat cepat berubah, sehingga pelaku usaha harus mampu beradaptasi dengan tren

baru. Anggun Shop dapat terus memperluas variasi produknya dan mengikuti tren fashion atau kecantikan yang sedang diminati. Afifah Shop dapat melakukan inovasi sederhana dengan menyesuaikan permintaan konsumen dan memberikan promo musiman untuk menarik perhatian konsumen baru.

6. *Pengelolaan Hubungan Pelanggan (Customer Relationship Management)*

Menjaga hubungan baik dengan pelanggan merupakan bentuk pengelolaan risiko reputasi dan pemasaran. Kedua olshop disarankan untuk memberikan pelayanan cepat tanggap, menjawab pertanyaan pelanggan secara ramah, serta menindaklanjuti keluhan dengan solusi yang memuaskan. Strategi ini dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan, sekaligus menjadi perlindungan terhadap risiko kehilangan konsumen.

7. *Evaluasi Risiko Secara Berkala*

Pelaku usaha perlu melakukan evaluasi rutin terhadap kegiatan operasional, pemasaran, dan keuangan. Dengan melakukan evaluasi setiap bulan atau setiap periode tertentu, risiko yang muncul dapat teridentifikasi lebih awal, sehingga langkah mitigasi dapat dilakukan segera sebelum menimbulkan kerugian yang besar.

8. *Konsistensi dan Komitmen terhadap Kualitas*

Konsistensi dalam menjaga kualitas produk dan pelayanan menjadi faktor penting dalam mempertahankan eksistensi usaha jangka panjang. Baik Anggun Shop maupun Afifah Shop perlu menjaga standar produk agar sesuai dengan harapan pelanggan. Kualitas yang terjaga akan menciptakan kepercayaan, mengurangi komplain, dan meningkatkan reputasi di pasar digital.

Berdasarkan hasil analisis terhadap kedua olshop tersebut, dapat disimpulkan bahwa setiap pelaku usaha memiliki tingkat risiko yang berbeda sesuai dengan skala dan model bisnis yang dijalankan. Risiko yang muncul tidak hanya berasal dari faktor internal seperti pengelolaan keuangan dan operasional, tetapi juga dari faktor eksternal seperti perubahan tren pasar dan persaingan harga di platform digital. Secara umum, penerapan manajemen risiko pada kedua usaha menunjukkan adanya kesadaran terhadap pentingnya langkah preventif. Proses identifikasi dan mitigasi risiko yang dilakukan secara sistematis dapat meningkatkan daya saing dan ketahanan usaha dalam menghadapi tantangan bisnis digital (Zakaria & Alfiana, 2024). Strategi yang diterapkan Anggun Shop dan Afifah Shop—seperti efisiensi operasional, pengelolaan stok, evaluasi berkala, dan pengembangan pemasaran digital—menjadi kunci untuk mempertahankan eksistensi mereka di pasar digital yang dinamis.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian tentang Analisis Manajemen Risiko Bisnis di Toko Online di Desa Dukuhwringin Kecamatan Slawi Kabupaten Tegal (Studi Kasus: Anggun Shop dan Afifah Shop), disimpulkan bahwa kedua pelaku usaha mengalami jenis risiko yang hampir sama, tetapi berbeda dalam level dampak dan kompleksitas yang dihadapi. Risiko utama yang muncul mencakup risiko operasional, pemasaran, finansial, persaingan, dan teknologi. Anggun Shop, yang telah beroperasi selama 15 tahun, memiliki jangkauan pasar yang lebih luas, tingkat transaksi yang tinggi, serta

variasi produk yang banyak. Keadaan ini menyebabkan Anggun Shop menghadapi risiko yang lebih rumit, terutama di area operasional, keuangan, dan pemasaran. Namun, Anggun Shop dapat mengelola risiko-risiko ini dengan strategi yang terencana, seperti pemanfaatan sistem digital untuk mencatat stok, evaluasi operasional yang terstruktur, serta promosi di platform media sosial. Pengalaman yang panjang dan kemampuan untuk beradaptasi membuat Anggun Shop mampu bertahan dan terus berkembang dalam persaingan digital.

Di sisi lain, Afifah Shop, yang mulai beroperasi pada tahun 2017 dan berkembang pesat selama pandemi COVID-19, menghadapi risiko yang lebih moderat. Risiko yang dihadapi oleh Afifah Shop lebih kepada keterbatasan modal, stok barang, dan promosi digital yang masih sederhana. Namun, Afifah Shop berhasil mengelola risiko tersebut dengan cara yang efektif sesuai dengan kapasitas usahanya, seperti membangun hubungan baik dengan pelanggan, melakukan promosi melalui media sosial, menyesuaikan produk dengan tren pasar, serta menjaga efisiensi dalam aspek keuangan dan pelayanan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa semakin besar ukuran usaha, semakin rumit pula risiko yang harus dikelola. Namun, dengan penerapan manajemen risiko yang tepat, inovasi yang berkelanjutan, dan penyesuaian terhadap perkembangan teknologi digital, para pelaku usaha dapat mengurangi kemungkinan kerugian serta mempertahankan kelangsungan bisnis mereka. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa baik Anggun Shop maupun Afifah Shop berhasil menekankan pentingnya penerapan strategi pengelolaan risiko untuk menjaga stabilitas dan daya saing usaha mereka. Kedua toko online ini membuktikan bahwa kunci untuk bertahan dan berkembang dalam pasar digital adalah kemampuan untuk beradaptasi, inovasi produk, pengelolaan keuangan yang efektif, serta pelayanan pelanggan yang konsisten dan berkualitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi & Harsono. 2024. "Manajemen Risiko Dalam Pengambilan Keputusan Bisnis." (april): 54–58.
- Ekonomi, Fakultas, Jurusan Manajemen, and Universitas Teuku Umar. 2025. "Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. □ 1833 EISSN 3048-3573 : PISSN 3063-4989 Management." *Ansoff Matrix* 2(1b): 1833–43.
- Fikriyyah, Syahla Nur, and Suparjimin. 2025. "Analisis Manajemen Risiko Pada UMKM Grosir Dan Eceran Toko KANNA.ID." *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 2(1): 1681–93.
- Herawati, Eka, Khairani Sakdiah, and Ahmad Zaki. 2024. "JEKSya Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah." *JEKSya Jurnal* 3(2): 285–97. <https://jurnal.perima.or.id/index.php/JEKSya>.
- Meriyana. 2025. "Optimalisasi Strategi Pemasaran Melalui Analisis SWOT (Studi Kasus Adlya Olshop Dalam Meningkatkan Penjualan)." *Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 2(1): 1806–19. <https://doi.org/10.62710/57cmkj91>.
- Zakaria, Faiz, and Alfiana. 2024. "Analisis Manajemen Risiko Pada UMKM Toko Emas Kurnia." *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 2(1): 1574–83.