



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: 1236–1244

Manajemen Risiko pada Toko Kosmetik Skala Kecil (Rumah) di Kecamatan Kramat: Analisis dan Jenis Risiko

Rieska Rahmayani, Amirah

Universitas Pancasakti Tegal

Article in Journal of MISTER

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

DOI : <https://doi.org/10.32672/mister.v3i1.4050>

How to Cite this Article

APA : Rieska Rahmayani, & Amirah. (2025). Manajemen Risiko pada Toko Kosmetik Skala Kecil (Rumah) di Kecamatan Kramat: Analisis dan Jenis Risiko. *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research*, 3(1), 1236 - 1244. <https://doi.org/10.32672/mister.v3i1.4050>

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

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



9 773032 710001 9 773032 601002

Manajemen Risiko pada Toko Kosmetik Skala Kecil (Rumahan) di Kecamatan Kramat: Analisis dan Jenis Risiko

Rieska Rahmayani^{1*}, Amirah²

Program Studi Manajemen, Universitas Pancasakti Tegal, Kota Tegal, Indonesia^{1,2}

*Email Korespondensi: riskaoppo772@gmail.com

Diterima: 15-12-2025

| Disetujui: 25-12-2025

| Diterbitkan: 27-12-2025

ABSTRACT

Small-scale online businesses, such as those operated from home, face various risks that can impact their operational sustainability and financial success. This research discusses the concept risk identification, risk measurement, and risk management. By adopting a risk management framework, business owners can identify, assess, and mitigate risks. This study highlights the importance of a proactive approach, supported by studies such as COSO (2017) and e-commerce research by McKinsey (2021). The results indicate that there are a number of fairly serious risks that could potentially cause losses if not properly managed. Therefore, risks in this category require stricter control through enhanced supervision, the implementation of clear operational procedures, and regular managerial evaluations.

Keywords: Risk management, online business, operational risk, security risk, small-scale business, e-commerce.

ABSTRAK

Bisnis online shop skala kecil, seperti yang dijalankan secara rumahan, menghadapi berbagai risiko yang dapat memengaruhi kelangsungan operasional dan keberhasilan finansial. Penelitian ini membahas konsep identifikasi risiko, pengukuran risiko, serta pengelolaan risiko. Dengan mengadopsi kerangka kerja manajemen risiko, pemilik bisnis dapat mengidentifikasi, menilai, dan mitigasi risiko. Penelitian ini menyoroti pentingnya pendekatan proaktif, dengan dukungan dari studi seperti COSO (2017) dan penelitian e-commerce oleh McKinsey (2021). Hasilnya menunjukkan bahwa terdapat sejumlah risiko yang cukup serius dan berpotensi menimbulkan kerugian apabila tidak dikelola dengan baik. Oleh karena itu, risiko pada kategori ini memerlukan pengendalian yang lebih ketat melalui peningkatan pengawasan, penerapan prosedur operasional yang jelas, serta evaluasi manajemen secara berkala.

Kata kunci: Manajemen risiko, bisnis online shop, risiko operasional, risiko keamanan, bisnis skala kecil, e-commerce.

PENDAHULUAN

Perkembangan industri kosmetik di Indonesia menunjukkan tren pertumbuhan yang signifikan seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap penampilan, gaya hidup, serta kesehatan kulit. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), industri kosmetik termasuk ke dalam salah satu subsektor usaha yang mengalami peningkatan permintaan konsumen yang stabil setiap tahunnya. Kondisi ini membuka peluang besar bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), khususnya toko kosmetik skala kecil yang beroperasi dari rumah (rumahan). Potensi pasar yang luas membuat banyak individu menginisiasi bisnis kosmetik rumahan dengan memanfaatkan platform digital seperti media sosial dan marketplace sebagai sarana pemasaran utama.

Namun, potensi tersebut tidak terlepas dari berbagai hambatan dan risiko yang mengancam keberlangsungan usaha. Menurut Chapman (2006), risiko dalam konteks bisnis didefinisikan sebagai “ketidakpastian yang mempengaruhi tujuan usaha dan dapat berdampak negatif pada kinerja organisasi”. Dalam bisnis toko kosmetik skala kecil, risiko dapat muncul dari beragam aspek seperti operasional, pemasok, produk, keuangan, hingga hukum. Sebagai contoh, risiko produk yang rusak atau kedaluwarsa dapat menyebabkan penurunan kepercayaan pelanggan; sementara risiko legal seperti produk tanpa izin BPOM dapat menimbulkan sanksi hukum. Penelitian oleh Purnomosidhi & Putra (2020) juga menegaskan bahwa salah satu risiko utama yang dihadapi UMKM kosmetik rumahan adalah ketidakpastian kualitas dan kepatuhan terhadap regulasi keamanan produk.

Bisnis online shop skala kecil, seperti yang dioperasikan dari rumah, telah menjadi tren di era digital karena kemudahan akses teknologi dan platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, atau Instagram Shop. Namun, bisnis ini rentan terhadap berbagai risiko yang dapat mengganggu operasi sehari-hari, seperti gangguan teknis, penipuan, atau fluktuasi pasar. Menurut data dari Statista (2022), sekitar 70% bisnis online shop di Indonesia gagal dalam dua tahun pertama karena kurangnya manajemen risiko yang baik.

Manajemen risiko merupakan proses sistematis dalam mengenali, mengevaluasi, dan mengendalikan risiko sehingga kegiatan usaha dapat berjalan lancar dan tujuan tercapai. Menurut ISO 31000 (2018), manajemen risiko adalah “koordinasi kegiatan untuk mengarahkan dan mengendalikan sebuah organisasi dalam hal risiko”. Kandidi dan Nugroho (2019) menyatakan bahwa penerapan manajemen risiko pada usaha kecil tidak hanya penting untuk mencegah kerugian finansial, tetapi juga untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan stabilitas operasional. Hal ini relevan dengan bisnis kosmetik rumahan karena usaha jenis ini cenderung memiliki sumber daya yang terbatas dan rentan terhadap perubahan pasar.

Lebih lanjut, penelitian yang dilakukan oleh Wulandari (2021) menunjukkan bahwa UMKM yang memiliki perencanaan risiko yang baik terbukti mampu menghadapi tantangan ekonomi yang dinamis dan meminimalkan dampak negatif dari kejadian tak terduga. Contohnya, strategi diversifikasi pemasok dan pengaturan stok barang terbukti membantu usaha menghindari kekosongan produk ketika terjadi gangguan pasokan. Begitu pula dengan pengaturan modal kerja yang tepat yang dapat mengurangi tekanan likuiditas saat permintaan pasar fluktuatif.

Dalam konteks bisnis toko kosmetik rumahan, manajemen risiko tidak hanya mencakup identifikasi risiko dan perumusan strategi mitigasi, tetapi juga penetapan tanggung jawab antar pengelola usaha kecil, penetapan standar kualitas produk, serta pemantauan secara berkala terhadap perubahan tren dan regulasi di industri kosmetik. Implementasi manajemen risiko yang baik akan memungkinkan pelaku usaha

membuat keputusan yang lebih rasional, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat posisi kompetitif di pasar yang semakin kompetitif.

Dengan demikian, kebutuhan akan pemahaman dan penerapan manajemen risiko dalam bisnis toko kosmetik skala kecil (rumahan) menjadi urgensi yang tidak dapat diabaikan. Pendekatan yang sistematis dalam mengenali dan mengelola risiko akan membantu pelaku usaha dalam mempertahankan keberlanjutan operasional sekaligus memaksimalkan peluang pertumbuhan usaha di tengah berbagai tantangan yang ada.

KAJIAN TEORI

1. Manajemen Risiko

Manajemen risiko adalah proses sistematis untuk mengidentifikasi, menganalisis, mengevaluasi, dan mengendalikan risiko yang dapat menghambat pencapaian tujuan organisasi atau individu. Pada era digital, risiko semakin kompleks karena teknologi dan platform digital membawa ketidakpastian baru. Perkembangan teknologi digital dan penggunaan platform e-commerce menyebabkan pelaku usaha menghadapi risiko baru yang harus diantisipasi secara terstruktur agar kegiatan bisnis tetap stabil. Risiko yang muncul dapat berasal dari perubahan algoritma platform, ketergantungan teknologi, hingga ketidakpastian perilaku konsumen (Nurrahman et al., 2024).

2. Toko Kosmetik

Toko kosmetik adalah unit usaha perdagangan yang menyediakan dan menjual berbagai produk kosmetik dan perawatan diri kepada konsumen. Produk yang dijual meliputi kosmetik dekoratif (seperti bedak, lipstik, dan eyeshadow), kosmetik perawatan kulit (skincare), perawatan rambut, serta produk penunjang kecantikan lainnya. Tujuan utama toko kosmetik adalah memenuhi kebutuhan konsumen akan produk kecantikan yang aman, berkualitas, dan sesuai dengan preferensi serta tren pasar. Pada skala kecil atau rumahan, toko kosmetik sering dijalankan sebagai bagian dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Toko kosmetik rumahan biasanya beroperasi dengan modal terbatas, jumlah tenaga kerja yang sedikit, serta memanfaatkan media sosial dan marketplace sebagai sarana pemasaran. Menurut Tambunan (2019), UMKM berperan penting dalam perekonomian nasional karena mampu menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Oleh karena itu, toko kosmetik rumahan tidak hanya berfungsi sebagai unit perdagangan, tetapi juga sebagai sarana pemberdayaan ekonomi masyarakat.

3. Jenis Risiko Pada Toko Kosmetik

- 1) Risiko Operasional: Dasar dari setiap bisnis, karena apa yang tidak diukur, tidak bisa dikelola (Peter Drucker 1954).
- 2) Risiko Keuangan: Risiko keuangan di era digital dapat diperburuk oleh ketidakstabilan pasar, di mana bisnis kecil harus mempersiapkan diri untuk volatilitas dengan diversifikasi sumber pendapatan (Laporan World Economic 2021).
- 3) Risiko Hukum dan Regulasi: bagian integral dari bisnis, karena ketidakpatuhan bisa menjadi risiko strategis yang bisa menghancurkan reputasi dan operasi (Henry Cheseman 2019).
- 4) Risiko Reputasi: Aset tak kasat mata yang paling berharga, karena sebuah merek yang rusak sulit untuk dipulihkan dalam era digital (Philip Kotler 2015).

- 5) Risiko Keamanan Siber: Ancaman utama di bisnis digital, di mana setiap bisnis harus menerapkan Langkah-langkah dasar untuk melindungi data, karena kerugian bisa mencapai jutaan dolar (Cybersecurity 2020).
- 6) Risiko Pasar: bagian dari dinamika kompetisi, di mana bisnis harus terus beradaptasi atau menghadapi kehancuran (Michael Porter 1980).

4. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian tentang manajemen risiko yang telah dilakukan:

- 1) Risiko Kesehatan dan Keselamatan Produk Kosmetik penelitian ini menganalisis risiko alergi, kontaminasi bakteri, dan efek samping dari produk kosmetik di toko ritel, dengan rekomendasi manajemen risiko seperti pengujian produk dan pelatihan staf (Nohynek, G. J., et al. 2010).
- 2) Manajemen Risiko Operasional di Toko Ritel Kecil Studi kasus tentang risiko pencurian, kebakaran, dan gangguan pasokan di toko kosmetik kecil, termasuk strategi mitigasi seperti sistem keamanan dan asuransi (Mitchell, V. W. 1998).
- 3) Risiko Keuangan dan Pasokan di Industri Kosmetik Ritel Analisis risiko fluktuasi harga bahan baku dan dampak ekonomi pada toko kosmetik, dengan fokus pada model manajemen risiko seperti diversifikasi pemasok (Kumar, S., et al. 2018).
- 4) Manajemen Risiko Pandemi di Toko Ritel Kosmetik Studi tentang risiko kesehatan selama pandemi COVID-19, seperti penyebaran virus di toko kosmetik, dengan strategi mitigasi seperti protokol sanitasi dan digitalisasi penjualan (Pantano, E., et al. 2020).
- 5) Risiko Lingkungan dan Regulasi di Toko Kosmetik Penelitian tentang risiko pencemaran lingkungan dari produk kosmetik dan kepatuhan regulasi (seperti dari FDA atau EU), termasuk manajemen risiko melalui audit dan pelaporan (European Commission. 2019).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian ini dilakukan kepada 5 responden. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk memperoleh gambaran mendalam tentang bentuk-bentuk risiko yang dihadapi toko kosmetik dalam aktivitas digital marketing serta proses manajemen risiko yang dilakukan.

a. Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui setiap risiko pada toko kosmetik tersebut. Objek penelitian ini adalah proses manajemen risiko yang dilakukan oleh pemilik toko dalam menjalankan bisnis toko kosmetik.

b. Teknik Pengumpulan Data

- 1) Kuesioner: Disusun dalam bentuk pertanyaan terbuka dan tertutup untuk menggali informasi mengenai jenis risiko, pengalaman risiko, dan strategi penanganan risiko yang dilakukan afiliasi. Kuesioner dibagikan secara daring (Google Form) kepada toko kosmetik yang memenuhi kriteria.
- 2) Dokumentasi: Dilakukan terhadap aktivitas karyawan, aktivitas platform digital, supplier, serta data pendukung lain yang relevan dengan proses manajemen risiko.

c. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman, yang meliputi tiga tahap:

- 1) Reduksi Data: Proses memilih, mengelompokkan, dan memfokuskan data yang berkaitan dengan identifikasi risiko, sumber risiko dan strategi mitigasi.
- 2) Penyajian Data: Menampilkan data dalam bentuk narasi, tabel tematik, atau kategori temuan sehingga mudah dipahami.
- 3) Penarikan Kesimpulan: Menghasilkan pola, hubungan, dan temuan utama mengenai manajemen risiko toko kosmetik dalam digital marketing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian dan Pembahasan:

Tabel 1. Analisis Hasil Risiko Pada Toko Kosmetik

No	Aspek Risiko	Nilai Rata-rata
1.	Apakah toko anda mengalami risiko produk kosmetik yang kadaluarsa atau rusak (misalnya, karena penyimpana yang tidak tepat) sebagai ancaman terhadap kesehatan pelanggan dan reputasi toko.	2.8
2.	Apakah produk kosmetik yang dijual memiliki risiko alergi atau iritasi kulit pada pelanggan akibat penggunaan produk kosmetik (misalnya, bahan kimia berbahaya).	3.6
3.	Apakah toko anda berpotensi mengalami risiko pencurian produk kosmetik oleh pelanggan atau karyawan sebagai ancaman terhadap kerugian finansial.	3.8
4.	Apakah toko anda rentan terhadap risiko kebakaran atau bahaya fisik lainnya (misalnya, dari bahan kimia mudah terbakar) di area penyimpanan toko.	3.8
5.	Apakah toko anda mengalami stok produk kosmrtik yang berlebih (menyebabkan pembusukan) atau kekurangan (menyebabkan kehilangan penjualan).	3.6
6.	Apakah toko anda berpotensi mengalami risiko gangguan pasokan produk kosmetik dan supplier (misalnya, keterlambatan pengiriman atau kualitas buruk).	3
7.	Apkah toko anda mengalami risiko pelanggaran regulasi keamanan kosmetik (misalnya, tidak mematuhi standar BPOM).	3.2
8.	Apakah toko anda mengalami risiko kerugian finansial akibat diskon atau promosi produk kodmrtik yang tidak terkontrol.	3.2
9.	Apakah toko anda mengalami risiko Kesehatan karyawan akibat paparan bahan kimia dalam produk kosmetik (misalnya, iritasi pernapasan).	4
10.	Apakah toko anda mengalami risiko persaingan dari toko kosmetik lain yang dapat mengurangi pangsa pasar.	1.6
11.	Seberapa besar risiko produk kadaluarsa atau rusak di toko anda.	3
12.	Seberapa besar risiko alergi atau reaksi kulit di toko anda.	1.8
13.	Seberapa besar risiko pencurian atau kehilangan produk di toko anda.	2.6
14.	Seberapa tinggi risiko kebakaran atau bahaya fisik di toko anda.	1.4
15.	Seberapa tinggi risiko stok berlebih atau kekuarangan produk di toko anda.	3

16.	Seberapa tinggi risiko gangguan rantai pasokan di toko anda.	3.2
17.	Seberapa tinggi risiko pelanggaran regulasi di toko anda.	2.6
18.	Seberapa besar risiko kerugian finansial dari diskon berlebihan di toko anda.	3.4
19.	Seberapa tinggi risiko Kesehatan karyawan di toko anda.	2.2
20.	Seberapa tinggi risiko persaingan dari toko lain di area anda.	3.6
21.	Apakah toko anda mengelola risiko produk seperti pemeriksaan rutin stok dan rotasi produk.	2.2
22.	Apakah toko anda melakukan strategi pengelolaan risiko seperti penyediaan label peringatan dan konsultasi pelanggan.	2
23.	Apakah toko anda melakukan strategi keamanan seperti instalasi CCTV dan pelatihan karyawan.	2.2
24.	Apakah toko anda melakukan strategi pemasangan alat keamanan seperti pemadam kebakaran atau audit keamanan rutin.	4.2
25.	Apakah toko anda melakukan strategi pengelolaan risiko seperti inventaris digital dan analisis permintaan.	2.6
26.	Apakah toko anda memiliki strategi pengelolaan seperti diversifikasi supplier dan kontrak Cadangan.	2.2
27.	Apakah toko anda melakukan evaluasi terhadap karyawan tentang regulasi dan audit internal.	3.6
28.	Apakah toko anda melakukan analisis margin seperti keuntungan/batas diskon.	2
29.	Apakah toko anda melakukan strategi keamanan seperti penyediaan APD dan pelatihan keselamatan.	4.8
30.	Apakah toko anda memiliki risiko pengelolaan risiko seperti diferensiasi produk dan pemasaran.	2.8

Sumber : data diolah 2025

Berdasarkan hasil analisis risiko pada Toko Kosmetik, dapat diketahui bahwa tingkat risiko yang dihadapi toko bervariasi pada setiap aspek. Risiko terkait produk kosmetik yang kadaluarsa atau rusak memiliki nilai rata-rata sebesar 2,8, yang menunjukkan bahwa risiko ini berada pada kategori sedang dan masih memerlukan pengelolaan yang lebih baik, terutama dalam hal penyimpanan dan rotasi produk. Sementara itu, risiko alergi atau iritasi kulit pada pelanggan akibat bahan kimia dalam produk kosmetik memperoleh nilai 3,6, yang mengindikasikan risiko cukup tinggi dan perlu perhatian serius karena berkaitan langsung dengan kesehatan pelanggan dan citra toko.

Risiko pencurian produk kosmetik, baik oleh pelanggan maupun karyawan, serta risiko kebakaran atau bahaya fisik di area penyimpanan masing-masing memiliki nilai rata-rata 3,8, yang menunjukkan tingkat risiko tinggi dan berpotensi menimbulkan kerugian finansial maupun keselamatan. Risiko stok berlebih atau kekurangan produk juga tergolong cukup tinggi dengan nilai 3,6, yang mencerminkan adanya tantangan dalam pengelolaan persediaan. Selain itu, risiko gangguan pasokan dari supplier memiliki nilai 3,0, yang berarti risiko ini berada pada tingkat sedang namun tetap perlu diantisipasi agar operasional toko tidak terganggu.

Risiko terkait pelanggaran regulasi keamanan kosmetik serta kerugian finansial akibat diskon yang tidak terkontrol masing-masing memiliki nilai 3,2, yang menunjukkan bahwa kepatuhan terhadap regulasi dan pengendalian promosi masih perlu ditingkatkan. Risiko kesehatan karyawan akibat paparan bahan

kimia memperoleh nilai tertinggi pada kelompok ini, yaitu 4,0, sehingga dapat dikategorikan sebagai risiko sangat tinggi dan membutuhkan penanganan serius. Sebaliknya, risiko persaingan dengan toko kosmetik lain pada bagian ini memiliki nilai 1,6, yang menunjukkan bahwa persaingan belum dianggap sebagai ancaman utama bagi toko.

Pada penilaian tingkat risiko secara spesifik, risiko produk kadaluarsa atau rusak dan stok berlebih atau kekurangan masing-masing memiliki nilai 3,0, yang menunjukkan risiko sedang. Risiko gangguan rantai pasokan dan persaingan dari toko lain justru meningkat dengan nilai 3,2 dan 3,6, menandakan bahwa faktor eksternal mulai dirasakan lebih signifikan. Sebaliknya, risiko kebakaran dan alergi atau reaksi kulit dinilai relatif rendah dengan nilai 1,4 dan 1,8, yang menunjukkan persepsi risiko lebih kecil dibandingkan aspek lainnya.

Dari sisi strategi pengelolaan risiko, sebagian besar strategi masih berada pada kategori rendah hingga sedang. Pengelolaan risiko produk melalui pemeriksaan stok dan rotasi produk memperoleh nilai 2,2, sedangkan strategi pemberian label peringatan dan konsultasi pelanggan bernilai 2,0, yang menunjukkan penerapannya belum optimal. Strategi keamanan seperti pemasangan CCTV dan pelatihan karyawan juga masih tergolong rendah dengan nilai 2,2. Namun, strategi pemasangan alat keamanan seperti pemadam kebakaran dan audit keamanan rutin memiliki nilai cukup tinggi yaitu 4,2, yang menunjukkan keseriusan toko dalam menghadapi risiko kebakaran.

Selain itu, strategi keamanan kesehatan karyawan seperti penyediaan Alat Pelindung Diri (APD) dan pelatihan keselamatan memperoleh nilai tertinggi yaitu 4,8, yang menandakan bahwa toko sangat memperhatikan aspek keselamatan kerja. Evaluasi karyawan terkait regulasi dan audit internal juga cukup baik dengan nilai 3,6. Sementara itu, strategi lain seperti analisis margin keuntungan, diversifikasi supplier, dan diferensiasi produk serta pemasaran masih berada pada kategori sedang dengan nilai rata-rata sekitar 2,0–2,8, sehingga masih perlu ditingkatkan agar pengelolaan risiko toko dapat berjalan lebih efektif dan berkelanjutan.

Tabel 2. Rekapitulasi Kategori Risiko Toko Kosmetik

Kategori Risiko	Rentang Nilai	Jumlah Aspek	Persentase
Sangat Tinggi	4,21 – 5,00	1	3,33%
Tinggi	3,41 – 4,20	8	26,67%
Sedang	2,61 – 3,40	9	30,00%
Rendah	1,81 – 2,60	9	30,00%
Sangat Rendah	1,00 – 1,80	3	10,00%
Total	–	30 Aspek	100%

Sumber : data diolah 2025

Berdasarkan hasil rekapitulasi terhadap 30 aspek risiko pada toko kosmetik, tingkat risiko terbagi ke dalam lima kategori, yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah. Kategori risiko sangat tinggi dengan rentang nilai 4,21–5,00 hanya mencakup 1 aspek atau sebesar 3,33%. Hal ini menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil risiko yang berada pada tingkat ekstrem, namun tetap memerlukan perhatian dan penanganan segera karena berpotensi menimbulkan dampak yang signifikan terhadap keselamatan, kesehatan, maupun keberlangsungan usaha.

Kategori risiko tinggi dengan rentang nilai 3,41–4,20 mencakup 8 aspek risiko atau sebesar 26,67%. Persentase ini menunjukkan bahwa terdapat sejumlah risiko yang cukup serius dan berpotensi menimbulkan kerugian apabila tidak dikelola dengan baik. Oleh karena itu, risiko pada kategori ini memerlukan pengendalian yang lebih ketat melalui peningkatan pengawasan, penerapan prosedur operasional yang jelas, serta evaluasi manajerial secara berkala.

Selanjutnya, kategori risiko sedang dengan rentang nilai 2,61–3,40 mencakup 9 aspek risiko atau sebesar 30,00%, yang merupakan proporsi terbesar bersama dengan kategori risiko rendah. Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar risiko berada pada tingkat yang masih dapat dikendalikan, namun tetap membutuhkan pengelolaan yang berkelanjutan agar tidak berkembang menjadi risiko yang lebih tinggi. Pengendalian risiko pada kategori ini dapat dilakukan melalui penerapan standar operasional yang konsisten dan peningkatan efisiensi kerja.

Kategori risiko rendah dengan rentang nilai 1,81–2,60 juga mencakup 9 aspek risiko atau sebesar 30,00%. Hal ini menandakan bahwa cukup banyak aspek risiko yang telah dikelola dengan baik sehingga potensi dampak negatifnya relatif kecil. Meskipun demikian, pengelola toko tetap perlu melakukan pemantauan secara rutin untuk memastikan bahwa risiko pada kategori ini tetap berada pada tingkat yang rendah.

Adapun kategori risiko sangat rendah dengan rentang nilai 1,00–1,80 mencakup 3 aspek risiko atau sebesar 10,00%. Risiko pada kategori ini menunjukkan bahwa upaya pengelolaan risiko yang diterapkan telah berjalan sangat efektif, sehingga dampak yang ditimbulkan relatif minimal. Praktik pengendalian risiko pada kategori ini perlu dipertahankan dan dapat dijadikan sebagai acuan dalam pengelolaan risiko pada aspek lainnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis rekapitulasi 30 aspek risiko pada toko kosmetik, dapat disimpulkan bahwa tingkat risiko secara umum berada pada kategori sedang hingga rendah, masing-masing sebesar 30,00%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar aktivitas operasional toko kosmetik telah berjalan dengan tingkat risiko yang masih dapat dikendalikan.

Namun demikian, terdapat 26,67% aspek risiko yang berada pada kategori tinggi dan 3,33% pada kategori sangat tinggi, yang mengindikasikan adanya beberapa risiko krusial yang memerlukan perhatian dan pengelolaan lebih serius. Risiko-risiko tersebut terutama berkaitan dengan kesehatan dan keselamatan karyawan, keamanan fisik toko, serta potensi kerugian operasional akibat pencurian dan pengelolaan diskon yang kurang terkontrol.

Sementara itu, risiko pada kategori sangat rendah dan rendah menunjukkan bahwa beberapa aspek seperti tingkat persaingan usaha dan pengendalian reaksi alergi pelanggan relatif lebih terkendali. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa manajemen risiko pada toko kosmetik sudah diterapkan, namun belum optimal dan masih bersifat parsial.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pengelola Toko Kosmetik

- Pengelola toko disarankan untuk memprioritaskan pengendalian risiko kategori tinggi dan sangat tinggi, khususnya melalui peningkatan standar keselamatan kerja (K3), penyediaan alat pelindung diri (APD), serta pelatihan rutin terkait penanganan produk berbahaya kimia dan pencegahan kebakaran.
2. Peningkatan Sistem Keamanan dan Pengawasan
Toko perlu memperkuat sistem keamanan, seperti optimalisasi penggunaan CCTV, audit keamanan berkala, serta pengawasan internal guna meminimalkan risiko pencurian dan kerugian finansial.
 3. Penguatan Pengelolaan Stok dan Rantai Pasok
Disarankan untuk mengimplementasikan sistem inventaris digital dan analisis permintaan, sehingga risiko stok berlebih, kekurangan produk, dan gangguan pasokan dapat ditekan secara lebih efektif.
 4. Kepatuhan terhadap Regulasi
Pengelola toko hendaknya secara konsisten melakukan evaluasi kepatuhan terhadap regulasi BPOM, termasuk audit internal dan pelatihan karyawan, guna menghindari risiko pelanggaran hukum yang dapat merugikan reputasi dan keberlangsungan usaha.
 5. Bagi Peneliti Selanjutnya
Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan pendekatan kuantitatif lanjutan, seperti pemetaan risiko (risk mapping) atau analisis probabilitas dan dampak risiko, serta memperluas objek penelitian agar hasil yang diperoleh lebih komprehensif dan generalisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- A Indriana, M Sholahuddin, R Kuswati, 2022, The Impact of e-WOM and Celebrity Endorser on Purchase Intention Mediated by Brand Image: A Study on Halal Cosmetic Products (risiko pemasaran), *Journal of Business and Management Studies*, <https://scholar.google.com/>
- IGAKT Gyshele, 2025, Analyzing brand identity in the sustainable skincare industry (risiko keuangan usaha kecil skincare), *Revenue Journal* (Undiknas), <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/revenue/article/download/6147/1737/18316>
- Jurnal SINTA Indonesia (2021-2025) penelitian CIB Institut (tidak spesifik) 2023 ANALISA RISIKO PASAR, OPERASIONAL DAN PEMASOK PADA TOKO KOSMETIK, Musytari: *Jurnal Manajemen Akuntansi, dan Ekonomi*, <https://ejournal.cibinstitute.com/index.php/musytari/article/view/2693>
- MDR Hasan, 2024, Addressing Seasonality and Trend Detection in Predictive Sales Forecasting (aplikasi pada retail kecil termasuk kosmetik), *Journal of Business and Management Studies*, <https://scholar.google.com/>
- MDR Hasan, RK Ray, FR Chowdhury, 2024, Blockchain Applications in Retail Cybersecurity: Enhancing Supply Chain Integrity (relevan untuk retail kosmetik kecil), *Journal of Business and Management Studies*, <https://scholar.google.com/>
- ON Santos, MS Santos, CD Dragas, MA Posadas, 2022, Effective Digital Marketing Strategies Used by MSMEs (risiko pemasaran kosmetik rumah), *Journal of Business and Management Studies*, https://scholar.google.com/citations?user=Zpe_dQ4AAAAJ
- RA Castillo, CZ Jaramillo, L Sy, 2022, The Effectiveness of Social Media Influencers in the Cosmetic and Skincare Industry to the Purchase Intention of Generation Z (risiko digital marketing), *Journal of Business and Management Studies*, <https://scholar.google.com/>
- S Bhakuni, S Saxena, 2023, Exploring the link between training and development, employee engagement (risiko SDM usaha kecil), *Journal of Business and Management Studies*, https://scholar.google.com/citations?user=Zpe_dQ4AAAAJ