

Manajemen Risiko dalam Strategi Pemasaran Retail: Studi Kualitatif Usaha Buket Bunga Segar

Lu'lu Jilan Zain¹⁾, Lutfi Zulkarnain²⁾ dan Pranoto Effendi³⁾

¹⁾ Institut Agama Islam SEBI; Email: lujilanzain13@gmail.com

²⁾ Institut Agama Islam SEBI; Email: lutfi.zulkarnain@sebi.ac.id

³⁾ Institut Agama Islam SEBI; Email: pranoto.effendi@sebi.ac.id

Abstract

The florist industry has significant growth potential; however, it faces various challenges, including operational, financial, and supply chain risks. This study aims to analyze the implementation of risk management in the fresh flower bouquet business at Ramdan Florist and identify the mitigation strategies employed to ensure business sustainability. The research adopts a qualitative descriptive method, utilizing data collection techniques such as interviews, observations, and documentation. The findings reveal that Ramdan Florist encounters several key risks, including limited fresh flower supply due to weather conditions, fluctuations in raw material prices, and rapid changes in market trends. To address these challenges, Ramdan Florist implements various mitigation strategies, such as establishing partnerships with alternative suppliers, adopting a more efficient inventory management system, and aligning marketing strategies with consumer trends. Additionally, a digital approach through social media is leveraged to enhance competitiveness and expand market reach.

Keywords: Business Risks, Florist Business, Retail Company, Risk Management

Abstrak

Industri penjualan bunga memiliki potensi pertumbuhan yang signifikan, namun dihadapkan pada berbagai tantangan, termasuk risiko operasional, keuangan, dan pasokan bahan baku. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan manajemen risiko pada usaha buket bunga segar di Ramdan Florist, serta mengidentifikasi strategi mitigasi yang diterapkan guna menjaga keberlanjutan usaha. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ramdan Florist menghadapi beberapa risiko utama, seperti keterbatasan pasokan bunga segar akibat faktor cuaca, fluktuasi harga bahan baku, serta perubahan tren pasar yang cepat. Untuk mengatasi tantangan ini, Ramdan Florist menerapkan berbagai strategi mitigasi, termasuk menjalin kerja sama dengan pemasok alternatif, menerapkan sistem pengelolaan stok yang lebih efisien, serta menyesuaikan strategi pemasaran dengan tren konsumen. Selain itu, pendekatan digital melalui media sosial juga digunakan untuk meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar.

Kata Kunci: Risiko Bisnis, Bisnis Buket Bunga, Perusahaan Ritel, Manajemen Risiko

Article History:

Received : 13 Mei 2025

Revised : 6 Agustus 2025

Accepted : 6 Agustus 2025

Available online : 26 Agustus 2025

PENDAHULUAN

Indonesia adalah salah satu negara dengan populasi penduduk yang besar serta keanekaragaman sumber daya, baik sumber daya manusia maupun sumber daya alam. Karena hal itu, bunga segar menjadi salah satu kebutuhan di berbagai sektor. Industri *florist* di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat seiring dengan meningkatnya permintaan pasar terhadap bunga segar untuk berbagai keperluan seperti pernikahan, perayaan ulang tahun, acara korporasi, dan keperluan dekoratif lainnya. Menurut laporan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia (2023), sektor UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja di Indonesia. Namun, dalam konteks UMKM bisnis *florist* memiliki tantangan unik dibandingkan dengan sektor lainnya, salah satunya adalah keterbatasan umur simpan produk serta fluktuasi harga bahan baku akibat faktor cuaca dan musiman. Perkembangannya yang signifikan dari waktu ke waktu menunjukkan bahwa bisnis ini memang menjanjikan dan memiliki daya saing yang kuat. Seiring dengan meningkatnya permintaan bunga segar, para pelaku bisnis bunga segar berlomba-lomba menawarkan keunggulan masing-masing kepada konsumen, sambil tetap memastikan agar kesegaran bunga, keserasian, serta keseimbangan *supply* dan *demand* nya tetap terjaga (Cahyani, 2014).

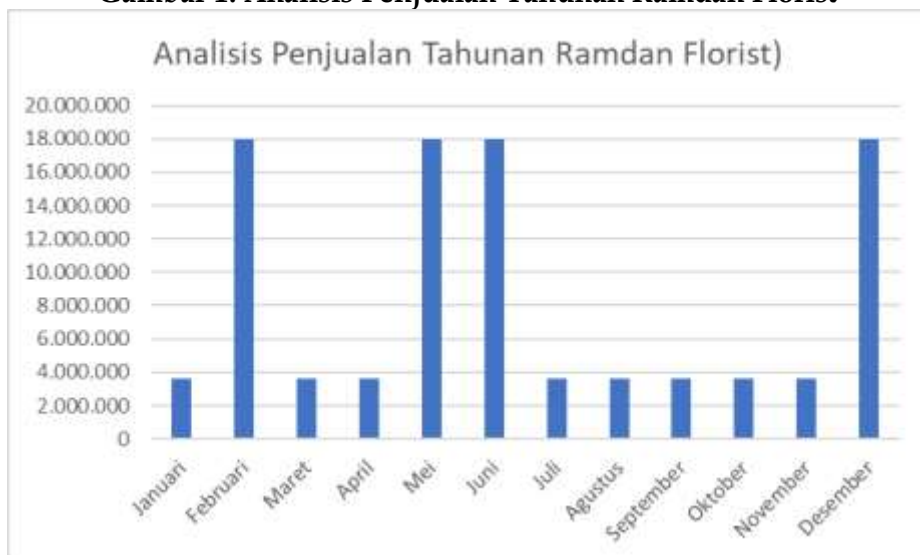
Dalam konteks khusus, penerapan manajemen risiko dalam bisnis buket bunga segar sangat penting karena banyak hal yang terkait langsung dengan risiko aspek bisnis maupun yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keberlangsungan usaha. Pertama, adanya risiko fisik yaitu bunga segar memiliki sifat yang rentan layu pada saat proses pengiriman maupun saat penyimpanan, yang pada akhirnya akan menurunkan kualitas produk bunga dan menyebabkan ketidakpuasan pelanggan. Selain itu ada risiko ketersediaan, terdapat tantangan tersendiri terhadap pasokan bunga yang segar dan berkualitas, mengingat bunga adalah produk musiman yang ketersediaannya dapat dipengaruhi oleh kondisi cuaca, hama, atau bencana alam sehingga dapat menyebabkan fluktuasi harga dan kesulitan menjaga stabilitas pasokan. Selain itu, ada juga risiko pasar, yaitu perubahan preferensi konsumen yang cepat dalam hal desain atau jenis bunga yang diminati juga menambah tingkat risiko, karena para pebisnis perlu selalu beradaptasi dengan tren terbaru untuk dapat tetap bersaing di pasar. Risiko selanjutnya yang perlu diperhatikan adalah risiko finansial, mengingat bisnis bunga segar memerlukan modal yang tidak sedikit untuk investasi dalam hal penyimpanan yang memadai, logistik, serta pemasaran sehingga pendapatan bisa sangat sulit untuk diprediksi (Tian, 2021).

Penelitian ini memilih Ramdan Florist sebagai objek penelitian. Ramdan Florist adalah salah satu UMKM di Kabupaten Bogor yang bergerak di bidang bisnis buket bunga segar. Usaha ini menawarkan berbagai macam rangkaian bunga segar seperti mawar, krisan, sedap malam, lily, aster, dan pikok. Keunggulan utama dari layanan yang ditawarkan oleh Ramdan Florist terletak pada fleksibilitas harga yang dapat disesuaikan dengan anggaran pelanggan serta kemudahan pemesanan yang dapat dilakukan secara langsung pada hari pelaksanaan. Hal ini menjadikan

Ramdan Florist sebagai pilihan yang diminati oleh banyak konsumen. Selain itu, Ramdan Florist berkomitmen untuk mengurangi penggunaan styrofoam dalam rangkaian buket dan lebih mengutamakan konsep wrapping yang sedang tren di kalangan anak muda (Al'Faturahmah, 2023).

Ramdan Florist dipilih karena beberapa alasan utama. Pertama, Ramdan Florist memiliki keunikan dalam fleksibilitas harga, yang dapat disesuaikan dengan anggaran pelanggan, memberikan keunggulan kompetitif dibandingkan florist lainnya. Kedua, usaha ini menghadapi tantangan dalam manajemen risiko, seperti ketidakstabilan pasokan bunga, fluktuasi harga bahan baku, serta risiko produk yang cepat layu sebelum terjual, berdasarkan wawancara dengan pemilik usaha. Selain itu, Ramdan Florist juga menunjukkan adaptasi terhadap tren dan keberlanjutan dengan mengurangi penggunaan styrofoam dalam konsep wrapping, serta mengikuti tren desain buket yang digemari oleh kalangan anak muda. Terakhir, posisi strategis Ramdan Florist di pasar lokal, khususnya di Cibinong, menjadikannya salah satu florist yang cukup dikenal, meskipun bersaing ketat dengan beberapa florist lainnya di wilayah tersebut. Dengan alasan tersebut, penelitian ini memiliki signifikansi dalam menganalisis penerapan manajemen risiko di Ramdan Florist serta merumuskan strategi mitigasi yang dapat meningkatkan ketahanan usaha ini dalam menghadapi berbagai tantangan (Rahmawatini & Mirzanti, 2023).

Gambar 1. Analisis Penjualan Tahunan Ramdan Florist



Sumber : Ramdan Florist

Grafik pada Gambar 1 di atas menunjukkan analisis omzet tahunan Ramdan Florist berdasarkan atas pola permintaan bulanan. Berdasarkan data, terlihat bahwa terdapat perbedaan signifikan antara omzet pada bulan biasa dan bulan *high season*. Berikut adalah tabel perhitungan omzet tahunan Ramdan Florist.

Tabel 1. Perhitungan Omzet Tahunan Ramadhan Florist

Kategori	Keterangan	Perhitungan	Total Omzet
Bulan Biasa	Penjualan rendah dengan rata-rata 4 buket/hari dan harga buket Rp 30.000. Terjadi pada Januari, Maret, April, Juli, Agustus, September, Oktober, dan November (8 bulan).	$4 \times 30 \times 30.000$	Rp 3.600.000 per bulan
Total Bulan Biasa	Omzet dari seluruh bulan biasa (8 bulan).	$8 \times 3.600.000$	Rp 28.800.000
High Season	Penjualan meningkat menjadi 15 buket/hari, dengan harga rata-rata Rp 40.000. Terjadi pada Februari, Mei, Juni, dan Desember (4 bulan).	$15 \times 30 \times 40.000$	Rp 18.000.000 per bulan
Total High Season	Omzet dari seluruh bulan high season (4 bulan).	$4 \times 18.000.000$	Rp 72.000.000
Total Omzet Tahunan	Omzet dari bulan biasa dan high season.	$28.800.000 + 72.000.000$	Rp 100.800.000

Sumber : Ramadhan Florist

High season menyumbang sekitar 71% dari total omzet tahunan, menunjukkan bahwa momen spesial memiliki dampak besar terhadap penjualan namun juga memiliki risiko pasokan agar tidak mengganggu penjualan selama momen itu. Bulan biasa hanya menyumbang 29% omzet tahunan, yang menunjukkan adanya tantangan dalam menjaga stabilitas bisnis di luar musim puncak.

Dengan adanya pola penjualan yang fluktuatif ini, penting bagi Ramadhan Florist untuk terus beradaptasi dengan permintaan pasar guna meningkatkan keberlanjutan usaha dan mengoptimalkan keuntungan sepanjang tahun. Hal ini memerlukan strategi manajemen risiko yang lebih baik agar bisnis tetap berjalan secara berkelanjutan. Selain itu, perubahan perilaku konsumen yang semakin bergeser ke transaksi online juga memerlukan adaptasi dari pelaku usaha untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar digital. Dengan memahami strategi manajemen risiko yang diterapkan di Ramadhan Florist, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan literatur akademik yang mendukung ketahanan serta keberlanjutan bisnis florist di tengah tantangan yang ada. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi mitigasi risiko yang dapat diterapkan oleh pelaku usaha florist lainnya agar mampu mengelola stok, logistik, dan fluktuasi pasar dengan lebih efektif (Areta dkk, 2015).

KAJIAN LITERATUR

Manajemen Risiko

Manajemen risiko merupakan prosesantisipasi terhadap sebuah risiko agar kerugian tidak terjadi, dengan memahami adanya manajemen risiko maka sebuah perusahaan atau organisasi dapat lebih peduli dengan keberlangsungan setiap langkah berjalannya usaha. Dalam dunia bisnis pengetahuan mengenai manajemen risiko merupakan elemen penting. Dengan pengelolaan risiko yang baik maka sebuah lembaga bisnis dapat terhindar dari kerugian bahkan kebangkrutan (Susetyo & Prasetyo, 2020).

Kata “manager” diterjemahkan ke dalam bahasa inggris sebagai kata kerja “to manage” dan sebagai kata benda “management” untuk kegiatan manajemen, serta “manager” untuk orang yang melakukan kegiatan manajemen. Secara istilah kata manajemen sebagaimana didefinisikan berikut: menurut George R. Terry mendefinisikan manajemen adalah: “*Management is distinct process consisting of planning, organizing, actuating and controlling perfomed to determine and accomplish stated objectivitas by the use of human beings and other resources*”. Manajemen adalah aktivitas spesifik yang meliputi kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pergerakan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menetapkan dan merealisasikan target yang ingin dicapai melalui pemberdayaan sumber daya insani dan juga sumber daya lainnya (Pramudya & Sukmaningrum, 2020).

Manajemen risiko juga berperan dalam pengelolaan biaya dan sumber daya yang efisien. Dengan mengidentifikasi dan mengelola risiko keuangan, perusahaan dapat mengalokasikan anggaran pemasaran secara lebih efektif, menghindari pengeluaran yang tidak perlu, dan fokus pada upaya promosi yang memberikan hasil terbaik. Ini penting untuk menjaga keseimbangan antara biaya dan manfaat dalam strategi pemasaran. Yulianti dkk (2025) menyatakan bahwa pengelolaan risiko harus mencakup langkah-langkah antisipasi terhadap ketidakpastian yang bersumber dari aspek sosial, budaya, dan lingkungan. Dalam kaitannya dengan Ramdan Florist, penerapan manajemen risiko menjadi krusial untuk menghadapi tantangan seperti perubahan preferensi konsumen dan fluktuasi harga bunga segar. Dengan demikian, strategi yang terukur dapat membantu bisnis ini tetap stabil di tengah dinamika pasar (Tjiptono & Chandra, 2012).

Manajemen risiko juga mendukung pengambilan keputusan yang lebih tepat dalam strategi pemasaran. Dengan memahami berbagai risiko yang mungkin dihadapi, bisnis dapat lebih siap dalam merencanakan kampanye pemasaran, memilih saluran distribusi yang tepat, dan menentukan harga yang kompetitif. Keputusan yang didasarkan pada analisis risiko ini membantu perusahaan menghindari kesalahan yang bisa merugikan dan memaksimalkan peluang sukses di pasar. integrasi manajemen risiko dengan strategi pemasaran memungkinkan perusahaan untuk membangun reputasi yang kuat dan berkelanjutan. Ketika perusahaan mampu mengelola risiko dengan baik dan terus memberikan produk atau layanan berkualitas, kepercayaan pelanggan akan meningkat, yang merupakan aset berharga dalam pemasaran jangka panjang (Ariyanto dkk, 2023).

Sementara peran manajemen diarahkan untuk merangkum berbagai kegiatan untuk mencapai visi dan misi organisasi yang telah ditetapkan. Fungsi-fungsi manajemen, terdiri dari empat fungsi, yaitu: (1) perencanaan (*planning*), (2)

pengorganisasian (*organizing*), (3) pengawasan (*controlling*), (4) penggerakan (*actuating*) (Ali, 2006).

Konsep Manajemen Risiko

Konsep dasar manajemen risiko mengacu pada serangkaian proses sistematis yang dirancang untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mengendalikan risiko yang dapat memengaruhi organisasi atau proyek tertentu. Tujuan utama dari manajemen risiko adalah mengurangi kemungkinan terjadinya risiko serta meminimalkan dampak negatif yang mungkin timbul sehingga organisasi dapat melakukan antisipasi dalam menghadapi segala kemungkinan dan menjaga kelangsungan operasional organisasi (Suparmin, 2018).

Langkah paling krusial dalam manajemen risiko adalah identifikasi risiko, yaitu proses mengenali dan mencatat semua potensi risiko yang dapat memengaruhi jalannya suatu aktivitas atau proyek. Langkah ini menjadi dasar bagi tahapan selanjutnya, karena tanpa pemahaman yang jelas tentang risiko yang mungkin muncul, organisasi akan kesulitan dalam merancang strategi mitigasi yang efektif. Identifikasi risiko harus dilakukan secara cermat agar risiko yang terdeteksi dapat diantisipasi sejak dini dan, jika memungkinkan, dicegah sebelum berdampak lebih luas (Suparmin, 2018).

Dalam proses identifikasi risiko, organisasi harus terlebih dahulu mengenali aspek-aspek yang berkaitan dengan aktivitas atau proyek yang sedang dijalankan. Hal ini mencakup seluruh faktor yang dapat memengaruhi jalannya proyek, baik dari segi operasional, keuangan, teknologi, maupun sumber daya manusia. Setelah aspek-aspek ini dipetakan, langkah berikutnya adalah mengidentifikasi kemungkinan risiko yang dapat terjadi pada setiap aspek tersebut. Kemungkinan risiko ini dapat berupa gangguan operasional, perubahan regulasi, ketidakstabilan pasar, atau faktor-faktor lain yang berpotensi menghambat pencapaian tujuan organisasi (Astuti & Putri, 2018).

Selain mengidentifikasi kemungkinan risiko, penting pula untuk menelusuri sumber risiko, baik yang berasal dari lingkungan internal maupun eksternal organisasi. Risiko internal dapat mencakup keterbatasan sumber daya, kesalahan manusia, atau kegagalan sistem. Sementara itu, risiko eksternal bisa berasal dari faktor ekonomi, perubahan kebijakan pemerintah, atau bencana alam yang tidak dapat dikendalikan oleh organisasi. Dengan memahami sumber risiko ini, organisasi dapat lebih mudah menentukan strategi pencegahan atau mitigasi yang sesuai (Bahroun & Chelbi, 2015).

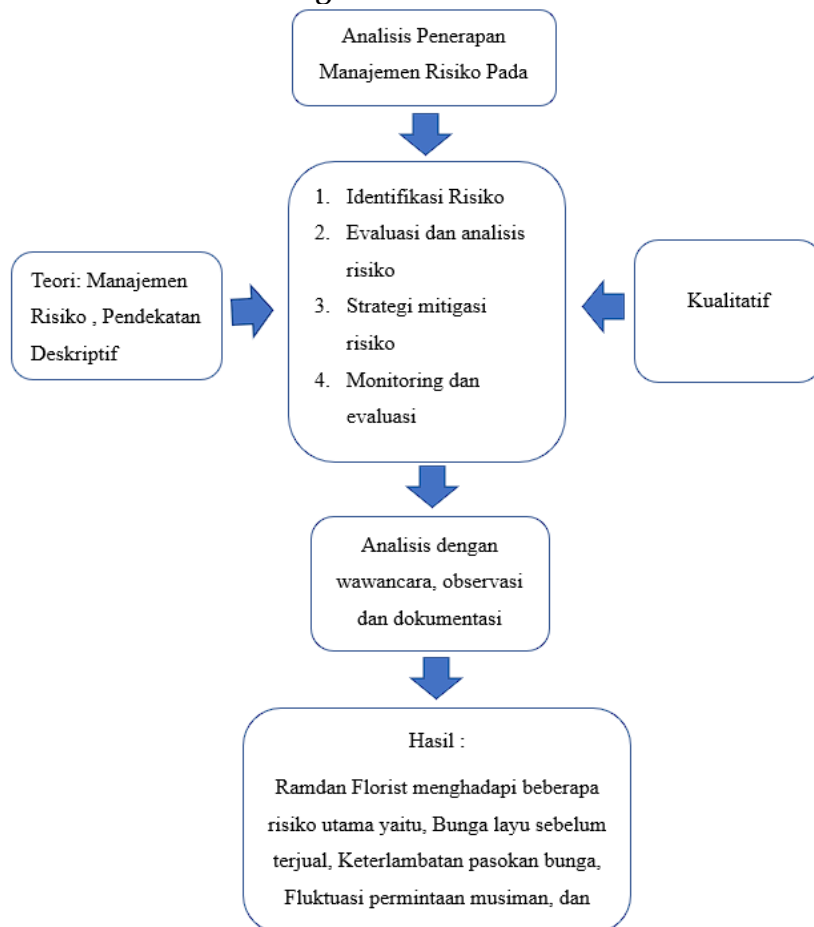
Manajemen Risiko dalam UMKM

Manajemen risiko dalam usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan proses sistematis yang bertujuan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mengendalikan berbagai risiko yang dapat menghambat keberlangsungan usaha. UMKM memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dari bisnis skala besar, seperti keterbatasan modal, akses terbatas terhadap sumber daya, serta ketergantungan pada pasar lokal. Oleh karena itu, penerapan manajemen risiko

menjadi aspek krusial dalam menjaga stabilitas usaha serta meningkatkan daya saing di tengah persaingan yang semakin ketat (Aufar, 2014).

Dalam operasional UMKM, risiko dapat berasal dari berbagai faktor internal maupun eksternal yang memengaruhi kinerja bisnis. Risiko internal meliputi kesalahan dalam manajemen keuangan, keterbatasan tenaga kerja, serta kurangnya sistem pengendalian yang efektif (Pratiwi & Kurniawan, 2018). Pengelolaan kas yang tidak terstruktur dapat menyebabkan arus keuangan tidak stabil, sehingga usaha mengalami kesulitan dalam memenuhi kewajiban operasional. Di sisi lain, risiko eksternal dapat berasal dari perubahan tren pasar, fluktuasi harga bahan baku, kebijakan pemerintah, serta faktor ekonomi makro yang tidak dapat dikendalikan langsung oleh pelaku usaha. Ketidakpastian dalam ketersediaan bahan baku, terutama bagi UMKM yang bergantung pada produk musiman atau impor, dapat mengganggu kelangsungan produksi dan menurunkan kualitas layanan kepada pelanggan (Bahroun & Chelbi, 2015).

Gambar 2. Kerangka Pemikiran Penelitian



METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan penulis adalah kualitatif deskriptif. Metode penelitian kualitatif digunakan untuk menginvestigasi kondisi objek yang alami. Tipe paling umum dari penelitian deskriptif meliputi penilaian terhadap sikap atau pendapat mengenai individu, organisasi, situasi, atau prosedur (Rachman et al, 2025). Data deskriptif biasanya dikumpulkan melalui kuisioner dalam survei, wawancara, atau observasi. Objek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah UMKM Ramdan Florist yang berfokus pada penjualan bunga segar di Wilayah Cibinong, Kabupaten Bogor (Jumawan et al, 2025).

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan Wawancara dilakukan secara mendalam dengan pemilik Ramdan Florist. Pertanyaan difokuskan pada pemahaman beliau mengenai manajemen risiko, pengalaman dalam menerapkannya, serta tantangan yang dihadapi. Wawancara ini bersifat semi-terstruktur untuk memungkinkan fleksibilitas dalam menggali informasi lebih mendalam (Sarosa, 2021).

Sebagai tahap awal dalam analisis penelitian ini, penulis menyusun daftar pertanyaan yang digunakan sebagai panduan wawancara kepada informan untuk mengumpulkan data-data yang nantinya akan dianalisis guna memahami strategi manajemen risiko yang diterapkan di Ramdan Florist. Dalam penelitian ini, terdapat beberapa tahapan wawancara. Tahap pertama, peneliti melakukan wawancara dengan informan kunci, yaitu pemilik Ramdan Florist, yang memberikan penjelasan mengenai penerapan manajemen risiko dalam aspek operasional, pemasaran, dan pengelolaan pasokan bunga.

Observasi langsung dilakukan terhadap aktivitas operasional di Ramdan Florist. Fokus observasi ini adalah pada penerapan manajemen risiko dalam setiap aspek bisnis, termasuk pengelolaan stok, pemilihan pemasok, serta strategi mitigasi terhadap potensi risiko operasional. Pengamatan dilakukan dengan mencatat secara sistematis setiap kegiatan yang berkaitan dengan implementasi manajemen risiko di Ramdan Florist. Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai dokumentasi utama adalah dokumentasi Hasil wawancara bersama pemilik Ramdan Florist, dokumen telah terstruktur atau berbentuk berkas digital. Analisis terdiri dari tiga proses yang berlangsung secara bersamaan, yaitu: reduksi informasi, penyajian informasi, dan penarikan kesimpulan dan verifikasi (Laulita et al, 2022).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Data hasil penelitian diolah disajikan dalam Tabel 2 di bawah ini. Ada empat pertanyaan yang diajukan seputar proses manajemen risiko yang dilakukan.

Tabel 2. Temuan Penelitian

Nomor Pertanyaan	Terkait	Kesimpulan
---------------------	---------	------------

1	Identifikasi Risiko	Ramdan Florist harus memiliki strategi yang fleksibel dalam mengelola pasokan dan stok, serta melakukan pemantauan terhadap tren pasar agar dapat mengantisipasi perubahan yang terjadi.
2	Evaluasi dan Analisis Risiko	Evaluasi dan analisis risiko yang rutin memungkinkan Ramdan Florist untuk mengurangi potensi kerugian, mengoptimalkan manajemen stok, serta memilih pemasok yang paling andal dan menguntungkan bagi bisnis.
3	Strategi Mitigasi Risiko	Strategi mitigasi risiko yang diterapkan di Ramdan Florist terbukti efektif dalam menjaga stabilitas bisnis. Dengan diversifikasi pemasok, sistem pre-order, serta penyesuaian produk dengan tren pasar, usaha ini dapat mengurangi potensi kerugian dan meningkatkan kepuasan pelanggan.
4	Monitoring dan Evaluasi	Monitoring dan evaluasi yang dilakukan secara sistematis memungkinkan Ramdan Florist untuk mengoptimalkan strategi operasionalnya, memastikan bahwa stok tetap terjaga dengan baik, serta menyesuaikan bisnis dengan tren dan kondisi pasar yang terus berkembang.

Sumber : Data diolah

Hasil penelitian diintegrasikan dengan teori-teori yang telah dibahas pada kajian literatur, serta mengaitkan observasi lapangan dengan wawancara dan dokumentasi yang diperoleh selama penelitian. Fokus pembahasan adalah menjelaskan bagaimana penerapan manajemen risiko dilakukan pada usaha buket bunga segar di Ramdan Florist. Dalam menjalankan bisnis florist, Ramdan Florist menghadapi berbagai risiko yang dapat mempengaruhi keberlanjutan usahanya. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik, salah satu risiko utama yang diidentifikasi adalah risiko pasokan bunga. Meskipun telah bekerja sama dengan beberapa pemasok, masih terdapat kendala dalam pengiriman yang terkadang mengalami keterlambatan. Faktor cuaca, kondisi transportasi, serta ketersediaan stok dari pemasok menjadi faktor yang berkontribusi terhadap ketidakpastian pasokan. Jika keterlambatan ini terjadi pada hari-hari dengan permintaan tinggi, seperti Hari *Valentine* atau musim pernikahan, maka dapat menyebabkan hilangnya peluang penjualan yang signifikan.

Fluktuasi harga dari pemasok juga menjadi tantangan tersendiri bagi Ramdan Florist. Berdasarkan hasil wawancara, pemilik menjelaskan bahwa pada momen tertentu, seperti hari-hari besar, harga bunga di tingkat pemasok dapat meningkat secara signifikan. Kenaikan harga ini sering kali disebabkan oleh tingginya

permintaan di pasar yang membuat florist harus bersaing untuk mendapatkan stok bunga terbaik. Jika tidak diantisipasi dengan baik, fluktuasi harga ini dapat mengurangi margin keuntungan dan mempengaruhi stabilitas keuangan bisnis.

Selain itu, perubahan tren pasar juga menjadi faktor risiko yang perlu diperhitungkan. Dari hasil observasi dan wawancara, pemilik florist menyadari bahwa preferensi pelanggan terhadap jenis bunga dan model rangkaian bunga terus mengalami perubahan. Beberapa tahun terakhir, minat terhadap bunga kering meningkat, sementara permintaan terhadap bunga segar untuk dekorasi rumah cenderung mengalami penurunan. Jika bisnis tidak mampu mengikuti perubahan tren ini, maka dapat kehilangan daya saing di pasar. Oleh karena itu, Ramdan Florist secara aktif memantau tren melalui media sosial dan interaksi dengan pelanggan untuk menyesuaikan produk yang ditawarkan.

Dari keseluruhan identifikasi risiko ini, dapat disimpulkan bahwa Ramdan Florist menghadapi tantangan yang cukup kompleks dalam operasional bisnisnya. Risiko pasokan, stok, fluktuasi harga, serta perubahan tren pasar harus dikelola dengan baik agar bisnis dapat tetap berjalan secara stabil dan menghindari kerugian yang tidak perlu. Oleh karena itu, diperlukan strategi evaluasi dan mitigasi yang tepat agar risiko-risiko ini dapat diminimalkan.

Dalam analisis risiko usaha Ramdan Florist didapat temuan sebagaimana terlihat pada Tabel 3 berikut ini.

Tabel 3. Matriks Analisis Risiko

Tingkat Dampak	Kemungkinan	Risiko	Strategi Mitigasi
Tinggi	Tinggi	Operasional: Bunga layu sebelum terjual	Pemantauan stok harian, penyimpanan yang baik, pemotongan batang miring untuk perawatan
Tinggi	Sedang	Kuangan: Keterlambatan pasokan bunga	Diversifikasi pemasok kerja sama dengan lebih dari satu supplier
Sedang	Tinggi	Pasokan: Fluktuasi permintaan musiman	Strategi pre-order, peningkatan stok saat high season, promo untuk menghabiskan stok, strategi bundling
Sedang	Sedang	Perubahan tren	Diferensiasi produk, inovasi buket unik

Sumber : Ramdan Florist

Dalam menjalankan bisnisnya, Ramdan Florist menghadapi berbagai risiko yang dapat mempengaruhi operasional, kualitas layanan, dan profitabilitas usaha. Evaluasi risiko dilakukan dengan mengidentifikasi faktor-faktor penyebab, kemungkinan terjadinya, serta dampaknya terhadap bisnis. Risiko-risiko ini kemudian diklasifikasikan berdasarkan tingkat dampak dan kemungkinan terjadinya. Terlihat bahwa dari segi dampak, risiko yang dihadapi masuk ke dalam

kategori sedang dan tinggi. Demikian pula tentang kemungkinan terjadinya juga masuk kategori sedang dan tinggi. Untuk kategori ini maka Ramdan Florist melakukan mitigasi dengan strategi untuk mengelola risiko-risiko tersebut di antaranya melalui manajemen stok, diversifikasi sumber pasokan, mekanisme pre-order serta inovasi dan diferensiasi produk.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Ramdan Florist telah menerapkan berbagai strategi dalam manajemen risiko, mulai dari identifikasi, evaluasi, dan analisis risiko, hingga strategi mitigasi dan monitoring. Berbagai tantangan, seperti keterlambatan pasokan, risiko kelebihan atau kekurangan stok, fluktuasi harga, serta perubahan tren pasar, berhasil diatasi melalui pendekatan yang fleksibel dan adaptif. Keberhasilan manajemen risiko di Ramdan Florist sangat bergantung pada pemantauan stok yang ketat, hubungan baik dengan pemasok, serta strategi *pre-order* dan *bundling* untuk mengurangi risiko pemborosan. Evaluasi terhadap pemasok dan analisis tren pasar juga membantu bisnis ini menyesuaikan strategi operasionalnya agar tetap relevan dengan kebutuhan pelanggan. Namun, masih terdapat beberapa aspek yang dapat ditingkatkan, seperti penerapan sistem pencatatan stok yang lebih modern dan evaluasi pemasok yang lebih sistematis. Dengan perbaikan dalam aspek tersebut, Ramdan Florist dapat lebih optimal dalam mengelola risiko bisnisnya dan memperkuat daya saing di industri florist. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha florist lainnya dalam mengelola manajemen risiko serta memberikan wawasan yang lebih luas dalam menghadapi tantangan bisnis yang dinamis.

REFERENSI

- Al'Faturahmah, A. (2023). *Strategi Pengembangan Bisnis Jasa Pembuatan Buket Dried Flower* (Aspek Pemasaran) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Ali, M. (2006). *Manajemen risiko: strategi perbankan dan dunia usaha menghadapi tantangan globalisasi bisnis*. RajaGrafindo Persada. <https://books.google.co.id/books?id=8CCHGQAACAAJ>
- Areta, C. L., Beron, G., Roxas, A. D., Norte, K. F. E., Ramilo, J. G., Castro, A. D., & Panaligan, L. (2015). *Status and prospects for development of flower shop business in batangas City Philippines*. Asia Pac. J. Acad. Res. Bus. Adm, 1, 20-31.
- Ariyanto, A., Bangun, R., Min Indillah, M. R., Mochamad Trenggana, A. F., Ruhjatini Sholihah, D., Ariyanti, M., ... & Utama, A. M. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Widina Bhakti Persada. ISBN: 978-623-459-467-6.

- Astuti, B., & Putri, A. P. (2018). Analysis on the effect of Instagram use on consumer purchase intensity. *Review of integrative business and economics research*, 7, 24-38.
- Aufar, A. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Informasi Akuntansi Pada UMKM (Survei pada Perusahaan Rekanan PT. PLN (Persero) di Kota Bandung).
- Bahroun, Z., & Chelbi, A. (2015). Risk management in the modern retail supply chain: Lessons from a case study and literature review. *International Journal of Production Research*, 53(22), 6728-6744. <https://doi.org/10.1080/00207543.2015.1058982>
- Cahyani, R. R. (2014). Pendekatan Supply Chain Management Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Bisnis Bunga Segar. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(1), 83-93.
- Jumawan, J., Prabowo, P. B., & Saputra, F. (2025). Florist Training and Quality of Entrepreneurship Services in Kejutbypugo Bekasi City. In *International Conference on Economic Management, Accounting and Tourism (ICEMAT 2023)* (pp. 178-187). Atlantis Press.
- Laulita, N. B., Lien, T. P., Juriana, E., Cheristina, C., Evelyn, E., & Wenny, W. (2022). Pengaruh Penerapan Manajemen Resiko Bisnis dalam Small Business Development (Amati Coffee Tiban Batam). *Jurnal Mirai Management* (vol 7, issue 3), 372-382.
- Pramudya, A. W., & Sukmaningrum, P. S. (2020). Implementasi Manajemen Resiko Pembiayaan Mudharabah Pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah (Studi Kasus Pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah Al Abrar). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, (vol 7, issue 1), 162-172.
- Pratiwi, D., & Kurniawan, B. (2018). Pengaruh Penerapan Manajemen Risiko Terhadap Kinerja Keuangan Industri Perbankan. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, (vol 10, issue 1).
- Rachman, A., Yochanan, E., Samanlangi, A. I., & Purnomo, H. (2025). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Karawang: Saba Jaya Publisher. ISBN 978-623-09-7582-0
- Rahmawatini, N., & Isti Raafaldini Mirzanti, M. M. (2023) Proposed Business Strategy for Lanora Florist to Compete and Grow Successfully in the Future. *International Research Journal of Economics and Management Studies IRJEMS*, (vol 2 issue 4).
- Sarosa, S. (2021). *Analisis data penelitian kualitatif*. Penerbit Kanisius.
- Suparmin, A. (2018). Manajemen Resiko Dalam Perspektif Islam. El-Arbah: *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Perbankan Syariah*, (vol 2, issue 2), 27-47
- Susetyo, A., & Prasetyo, A. (2020). Pelatihan Manajemen Resiko Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Era Pandemi Covid-19. *JCSE: Journal of Community Service and Empowerment*, (vol 1, issue 1), 81.
- Tian, Alexander (2021). *Manajemen Risiko Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Tjiptono, Fandy & Chandra, Gregorius (2012). *Pemasaran Strategik*, Edisi 2, Yogyakarta, CV. Andi Offset.

Yulianti, R. A., Agustin D.A., Bachtiar, D.IA.S., Andarini, S., Kusumasari, I.R. (2025). Manajemen Risiko Dalam Pengembangan Bisnis Pada Arnaty Florist. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Madura. *economics And Business Management Journal (EBMJ)*, (vol 3, issue 1), 113-123