



Manajemen Risiko Dalam Pengembangan Bisnis Pada Arnaty Florist

¹Raihan Adillah Yulianti, ²Dwi Amelia Agustin, ³Darent Ilham Arderio Saifulloh Bachtiar,
⁴Sonja Andarini, ⁵Indah Respati Kusumasari

^{1,2,3,4,5}Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Jl. Rungkut Madya No.1, Gn.Anyar,
Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur, 60294
e-mail: ¹22042010150@student.upnjatim.ac.id, ²22042010152@student.upnjatim.ac.id,
³22042010239@student.upnjatim.ac.id, ⁴sonja_andarini.adbis@upnjatim.ac.id,
⁵indah_respati.adbis@upnjatim.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memahami strategi manajemen risiko yang diterapkan oleh Arnaty Florist dalam menghadapi tantangan dan risiko yang muncul seiring pengembangan bisnis mereka di industri florist. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan teknik wawancara sebagai metode pengumpulan data, penelitian ini menggali informasi langsung dari owner Arnaty Florist, Fivin Intani, serta melengkapi data tersebut dengan studi literatur untuk memperoleh perspektif yang lebih luas dan mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Arnaty Florist telah berhasil mengelola risiko bisnis dengan cara yang inovatif dan strategis, melalui implementasi diversifikasi produk, pemasaran digital yang efektif, penyesuaian harga, dan manajemen produk. Kunci keberhasilan ini juga didukung oleh pendekatan personalisasi dalam pelayanan dan perhatian terhadap detail dan kualitas produk, yang memungkinkan Arnaty Florist untuk membedakan diri dari pesaing serta memperkuat hubungan dengan pelanggan. Temuan ini memberikan wawasan tentang pentingnya manajemen risiko sebagai bagian dari strategi pengembangan bisnis yang berkelanjutan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif.

Kata kunci: Manajemen Risiko, Toko Bunga, Strategi Bisnis, Pengembangan Bisnis

Abstract

This study aims to analyze and understand the risk management strategies applied by Arnaty Florist in facing challenges and risks that arise with the development of their business in the florist industry. Using a qualitative approach and interview techniques as the method of data collection, this research explores information directly from the owner of Arnaty Florist, Fivin Intani, and complements this data with literature studies to gain a broader and deeper perspective. The research findings indicate that Arnaty Florist has successfully managed business risks in an innovative and strategic way, through the implementation of product diversification, effective digital marketing, pricing adjustments, and product management. This success is also supported by a personalized approach in service and attention to detail and product quality, allowing Arnaty Florist to differentiate itself from competitors and strengthen customer relationships. These findings provide insights into the importance of risk management as part of a sustainable business development strategy in a competitive business environment.

Keywords: risk management, florists, business strategy, business development

PENDAHULUAN

Dalam dunia yang terus berkembang, profesi florist menjadi semakin penting, mengingat peranannya yang tidak hanya terbatas pada merangkai bunga, tetapi juga meliputi berbagai tanggung jawab penting lainnya. Seorang florist bertanggung jawab untuk merancang karangan bunga untuk berbagai acara spesial, memberikan panduan perawatan tanaman, serta memberikan edukasi tentang transportasi yang tepat untuk tanaman atau bunga yang dipesan. Mereka juga bertugas menerima dan menata pengiriman bunga di area display, memberikan rekomendasi kombinasi bunga, menyusun larutan air untuk perawatan tanaman atau bunga, melakukan packing untuk pesanan klien, merawat dan menyiram bunga di toko, memesan bunga dari grosir atau



vendor, dan menerima pesanan dari konsumen. Untuk menjalankan semua ini dengan baik, diperlukan skill seperti kemampuan komunikasi baik secara verbal maupun tertulis, manajemen waktu yang baik, keterampilan dalam merawat bunga, serta kemampuan organisasi untuk mengelola bisnis.

Perjalanan seni merangkai bunga telah melewati berbagai era, mulai dari Mesir Kuno hingga masa Renaissance, dimana desain karangan bunga mencerminkan permulaan era kemajuan di Eropa, dengan mawar dan lily menjadi bunga yang paling populer. Pada abad ke-18, di Belanda, karangan bunga menjadi bagian dari dekorasi rumah para pejabat dan keluarga kaya dan menyebar ke Inggris. Jenis karangan bunga yang populer saat itu adalah "Tussie-Mussie" atau *Posy*, yang memiliki makna simbolis berdasarkan bahasa bunga. Masuk ke era modern, karangan bunga mengalami berbagai perkembangan dalam bentuk dan jenisnya, mulai dari bouquet, standing flower, hingga karangan bunga yang dibentuk menggunakan papan.

Sejarah penggunaan karangan bunga dimulai sejak zaman kuno, dimana karangan bunga diberikan kepada tokoh-tokoh publik, atlet, penyair, atau pejuang setelah kembali dari pertempuran. Di Mesir Kuno, karangan bunga sering berupa tasbih yang terbuat dari bunga yang dijahit pada pita linen dan diikatkan di kepala. Sementara di Yunani Kuno, karangan bunga biasanya terbuat dari zaitun, pinus, laurel, atau seledri dan diberikan kepada para atlet Olimpiade. Seni merangkai bunga, yang mengandung simbolisme tertentu tergantung pada jenis bunga yang dipilih, menjadi bagian dari seni kreatif yang disusun dalam berbagai bentuk, mengalami evolusi melalui berbagai era hingga menjadi profesi florist modern yang kita kenal saat ini.

Industri florist di Indonesia memang menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Tren positif ini didorong oleh peningkatan permintaan terhadap rangkaian bunga yang indah dan kreatif untuk berbagai acara, mulai dari pernikahan, wisuda hingga ulang tahun. Khususnya di kota-kota besar, bisnis florist menawarkan peluang yang menjanjikan, bahkan di era digital sekalipun. Masyarakat urban dengan kesibukan tinggi masih melihat pengiriman bunga sebagai cara untuk menyampaikan pesan dan mengekspresikan perasaan.

Arnaty Florist, sebuah toko bunga yang baru saja memulai perjalanannya di industri florist Indonesia pada Oktober 2023, telah berhasil menarik perhatian banyak pelanggan di Pekanbaru dengan ragam layanannya yang berkualitas. Dari buket pernikahan hingga sewa papan bunga, toko ini menyajikan solusi lengkap bagi kebutuhan bunga masyarakat.

Seiring dengan kesuksesan, datang pula berbagai tantangan dan risiko yang harus dihadapi. Di dunia usaha, terutama dalam industri yang kompetitif seperti florist, risiko merupakan hal yang tak terhindarkan. Arnaty florist menghadapi sejumlah tantangan, termasuk persaingan ketat dari toko bunga lain, fluktuasi harga bahan baku, dan dinamika tren pasar yang terus berubah dan membutuhkan adaptasi cepat. Menghadapi tantangan tersebut, strategi pengelolaan risiko menjadi sangat krusial bagi kelangsungan bisnis Arnaty florist. Menerapkan strategi pengelolaan risiko yang efektif bukan hanya tentang mengidentifikasi potensi risiko, tetapi juga tentang merumuskan rencana aksi untuk mengatasi risiko tersebut sebelum berdampak negatif pada operasional bisnis. Melalui jurnal ini, akan dijelaskan lebih lanjut bagaimana Arnaty florist memahami dan merespon risiko-risiko yang ada dengan strategi yang tidak hanya menjaga, tetapi juga memperkuat posisi mereka di pasar. Dengan pendekatan yang tepat dalam mengelola risiko, Arnaty florist diharapkan dapat bertahan, terus berkembang dan berinovasi, menjadikan mereka salah satu pilar penting dalam industri florist.

Masalah yang dibahas pada penelitian ini adalah Bagaimana Manajemen Risiko dalam Pengembangan Bisnis pada Arnaty Florist. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan memahami strategi manajemen risiko yang diterapkan oleh Arnaty Florist dalam menghadapi berbagai tantangan dan risiko yang muncul seiring dengan pengembangan bisnis mereka di industri florist dan memberikan wawasan yang bermanfaat bagi pembaca tentang pentingnya manajemen risiko sebagai bagian dari strategi pengembangan bisnis yang berkelanjutan.

KERANGKA TEORI

1. Pengertian Risiko

Menurut Mudayat et al (2020:176) definisi risiko dalam dunia bisnis dapat dibagi menjadi beberapa jenis. Secara umum, risiko selalu terkait dengan ketidakpastian di masa depan. Risiko secara khusus adalah konsekuensi negatif akibat ketidakpastian yang merugikan pelaku usaha. Namun, jika konsekuensi tersebut dianggap menguntungkan, maka bukanlah risiko, melainkan keuntungan yang diharapkan. Risiko merupakan bagian dari kehidupan sehari-hari, namun semakin meningkat saat terlibat dalam bisnis. Terutama ketika mencari keuntungan besar, risiko yang dihadapi juga semakin tinggi. Situasi ini dikenal sebagai high risk high return. Risiko usaha adalah tindakan yang terkait dengan potensi kerugian tak terduga yang tidak diinginkan. Risiko dalam bisnis dapat berasal dari berbagai faktor, seperti manajemen, sistem perusahaan, dan strategi yang kurang tepat. Selain itu, risiko usaha juga dapat timbul karena faktor individu atau karyawan.

Menurut Qintharah (2019), risiko dapat diinterpretasikan sebagai hal yang berpotensi menimbulkan kerugian atau bahaya. Ini merupakan serangkaian hambatan yang perlu diatasi. Selalu terdapat risiko dalam setiap pengambilan keputusan ketika menghadapi suatu tantangan. Meskipun risiko tidak bersifat fisik, namun sangat terkait dengan tujuan yang ingin dicapai.

Risiko sebenarnya adalah ketidakpastian yang dapat diukur, namun ketidakpastian adalah risiko yang tidak dapat diukur. Risiko merupakan konsep yang kompleks, yang merujuk pada kemungkinan terjadinya peristiwa berbahaya dalam suatu proyek yang memengaruhi tujuan proyek. Meskipun risiko tidak selalu berdampak negatif, sebagian besar memiliki hasil yang tidak diinginkan, yang membuat orang cenderung fokus pada aspek negatifnya. Sebagai bagian integral dari manajemen proyek, manajemen risiko memiliki peran penting dalam mengevaluasi dan memberikan prioritas pada risiko proyek. Proses ini dianggap krusial, sehingga banyak manajer proyek menyadari pentingnya manajemen risiko dalam suksesnya proyek (Kheradmand, 2020).

Albin Tabun et al (2022:2-3) menekankan pentingnya manajemen risiko sebagai sarana untuk mengurangi dan idealnya mencegah terjadinya risiko yang berkaitan dengan kerugian, ancaman, dan bahaya. Mereka berpendapat bahwa dengan mempersiapkan strategi pengelolaan risiko, baik dalam kehidupan sehari-hari manusia maupun dalam lingkungan perusahaan, bisa meminimalisir potensi risiko yang mungkin muncul.

2. Manajemen Risiko

Manajemen risiko bukan lagi sekadar konsep bisnis yang bagus, tetapi menjadi keharusan bagi mereka yang ingin mencapai kesuksesan dan keberlanjutan. Manajemen risiko adalah alat yang kuat untuk melindungi aset, memanfaatkan peluang, dan meminimalkan potensi kerugian.

Manajemen risiko merupakan pendekatan terstruktur yang bertujuan untuk mengenal, menilai, mengendalikan, dan memantau potensi risiko yang dapat mengganggu pencapaian target sebuah organisasi atau proyek. Dengan demikian, proses ini dirancang untuk meminimalkan efek buruk dari risiko sambil meningkatkan kemungkinan hasil yang menguntungkan, membantu memastikan bahwa organisasi atau proyek tetap berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

Qintharah (2019) berpendapat bahwa, dalam kehidupan sehari-hari, baik itu dalam lingkup sosial maupun ekonomi, terutama dalam aspek bisnis, manusia akan selalu dihadapkan pada risiko. Menurut definisi yang terdapat di Kamus Besar Bahasa Indonesia, risiko diidentifikasi sebagai faktor yang berpotensi menimbulkan kerugian atau bahaya. Risiko merupakan kumpulan hambatan atau tantangan yang perlu diatasi. Ketika berhadapan dengan suatu tantangan, selalu terdapat risiko yang terkait dengan keputusan yang diambil. Meskipun risiko tidak berwujud secara fisik, namun sangat berkaitan dengan pencapaian tujuan yang ditargetkan

Manajemen risiko adalah proses mengidentifikasi, mengevaluasi, dan menerapkan metode untuk mengurangi risiko ke tingkat yang dapat diterima. Dengan demikian, fokus utama

manajemen risiko proyek adalah mengidentifikasi risiko, mengevaluasi, dan mengendalikannya demi kesuksesan proyek (Kheradmand, 2020).

Manajemen risiko sebagai suatu pendekatan sistematis untuk mengidentifikasi, mengukur, mengelola, dan mengendalikan risiko dengan tujuan untuk melindungi aset, meningkatkan pengambilan keputusan, dan mencapai tujuan organisasi atau proyek (Puspita Ningsih et al, 2024).

3. Manfaat Manajemen Risiko Bisnis

Manajemen risiko dalam bisnis adalah strategi krusial yang melibatkan pengenalan, penelaahan, serta penanganan ancaman yang berpotensi mengganggu kinerja perusahaan. Strategi ini bertujuan untuk mengurangi kemungkinan kerugian, memperkuat pengambilan keputusan dalam bisnis, dan memanfaatkan setiap kesempatan yang ada. Selain itu, dengan menerapkan strategi manajemen risiko, sebuah perusahaan tidak hanya dapat memenuhi standar regulasi yang ada dan memperkuat kepercayaan para pemangku kepentingan tetapi juga menyinkronkan target bisnis dengan batas toleransi terhadap risiko. Penerapan manajemen risiko yang efisien dapat memotong jalur ketidakpastian dan menciptakan nilai berkelanjutan untuk semua yang terlibat. Menurut Melkianus Albin Tabun et al (2022:16), beberapa keuntungan utama dari penerapan manajemen risiko bisnis antara lain:

1. Materi untuk Evaluasi dan Pengambilan Keputusan.

Manajemen risiko memberikan analisis terhadap risiko yang kemudian dapat digunakan sebagai dasar untuk menilai efektivitas strategi yang telah dijalankan. Ini memungkinkan perusahaan untuk menentukan apakah strategi yang telah ditempuh selama ini sudah sesuai dan efektif dalam mencapai tujuan bisnis, serta menghindari pengulangan kesalahan yang telah terjadi sebelumnya. Hal ini membantu dalam pengambilan keputusan bisnis yang lebih akurat dan tepat.

2. Meningkatkan Produktivitas dan Keuntungan.

Dengan menerapkan manajemen risiko, perusahaan menjadi lebih waspada dan dapat menghindari kesalahan yang sama, sehingga meningkatkan efisiensi dalam penggunaan sumber daya. Hal ini berdampak pada peningkatan produktivitas dan secara langsung juga meningkatkan keuntungan yang didapat oleh perusahaan.

3. Mempermudah Perhitungan Estimasi Biaya.

Estimasi biaya sangat penting dalam perencanaan dan eksekusi bisnis. Kesalahan dalam perhitungan dapat mengakibatkan kerugian waktu dan sumber daya. Melalui manajemen risiko, perusahaan dapat lebih mudah dalam melakukan perhitungan estimasi biaya yang lebih akurat, termasuk dalam hal biaya produksi.

Dengan demikian, manajemen risiko bisnis menawarkan berbagai manfaat penting yang mendukung kesuksesan dan keberlanjutan operasional perusahaan.

4. Macam-Macam Risiko Bisnis

Menurut Melkianus Albin Tabun et al (2022:22), beberapa jenis risiko bisnis penting untuk dipahami oleh pelaku usaha, antara lain:

1. Risiko dalam Strategi Pemasaran, yaitu risiko yang muncul ketika strategi pemasaran yang diterapkan tidak tepat, menyebabkan produk tidak diterima dengan baik oleh masyarakat.
2. Risiko Operasional, yang muncul akibat kesalahan atau deviasi dari prosedur teknis yang telah ditetapkan, menyebabkan produk yang dihasilkan tidak memenuhi standar yang diharapkan. Hal ini bisa terjadi karena berbagai faktor, seperti kualitas sumber daya manusia yang kurang atau penggunaan teknologi yang sudah usang.
3. Risiko Keuangan, merupakan risiko yang sering dijumpai dalam bisnis dan berkaitan dengan keuangan, seperti kegagalan bisnis atau penyalahgunaan dana perusahaan yang berpotensi mengakibatkan kerugian finansial.
4. Risiko Terkait Sumber Daya Manusia, yang berkaitan dengan perilaku dan kinerja sumber daya manusia dalam perusahaan, seperti ketidakjujuran, ketidakdisiplinan, atau malas.



-
5. Risiko Pasar, yang dipengaruhi oleh perubahan preferensi dan gaya hidup pelanggan atau konsumen, serta munculnya pesaing baru di pasar.

Pemahaman terhadap risiko-risiko ini sangat penting bagi pemilik usaha untuk mengambil langkah-langkah pencegahan dan mitigasi yang tepat.

5. Sejarah Usaha

Arnaty Florist adalah sebuah toko bunga dan toko buket yang didirikan pada bulan Oktober 2023 oleh Fivin Intani. Terletak di Purwodadi, Pekanbaru, toko ini menawarkan berbagai rangkaian bunga yang indah dan segar sebagai produk utamanya. Pendiri dan pemiliknya, Fivin Intani, telah lama memiliki minat yang mendalam terhadap bunga sejak kecil. Kecintaannya terhadap keindahan alam dan kemampuan estetikanya yang kuat membuatnya ingin berbagi keindahan bunga dengan orang lain melalui bisnis ini.

Sebelum mendirikan Arnaty Florist, Fivin Intani menjalani persiapan yang matang. Dia mengikuti berbagai pelatihan di bidang florist dan meraih sertifikasi yang mengukuhkan pengetahuannya dalam merangkai dan merawat bunga. Keinginannya untuk menjadi seorang pengusaha juga mendorongnya untuk memulai usaha ini. Dengan pengalaman dan pengetahuan yang dimilikinya, Fivin yakin bahwa Arnaty Florist dapat memberikan pengalaman yang istimewa bagi para pelanggannya.

Pilihan lokasi toko di Purwodadi, Pekanbaru dipilih dengan pertimbangan yang matang. Fivin mengamati bahwa daerah tersebut memiliki potensi pasar yang baik dan kebutuhan akan layanan bunga yang berkualitas tinggi. Dengan tekad dan semangat yang kuat, Arnaty Florist didirikan dengan visi untuk memberikan pengalaman berbelanja bunga yang memuaskan bagi setiap pelanggan.

Sebagai toko bunga yang berorientasi pada kepuasan pelanggan, Arnaty Florist selalu berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik dan rangkaian bunga yang segar dan menarik. Melalui dedikasi dan kerja keras, Arnaty Florist bertujuan untuk menjadi salah satu toko bunga terkemuka di Pekanbaru dan memberikan inspirasi serta kebahagiaan melalui keindahan bunga kepada setiap pelanggan yang datang.

6. Penelitian Terdahulu

1. Jurnal “*Strategi Pengembangan Usaha Florist Nawanua Flora Di Kelurahan Kakaskasen Tiga Kota Tomohon*” tahun 2023 yang ditulis oleh Zefania Gracia Wowor dkk, menggunakan metode Purposive Sampling digunakan dalam pengumpulan data, meliputi data primer yang dihimpun langsung melalui wawancara menggunakan kuesioner yang sudah disiapkan kepada responden, dan data sekunder yang diperoleh dari kajian literatur serta lembaga terkait sesuai dengan data yang diperlukan untuk penelitian. Analisis yang diaplikasikan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. Temuan penelitian menunjukkan melalui analisis SWOT, bahwa strategi pengembangan untuk Florist Nawanua Flora terletak di kuadran 1, yang menandakan perlunya strategi yang menguatkan kekuatan yang ada dan memanfaatkan peluang yang tersedia. Berdasarkan analisis matriks IFE, diperoleh skor total 3,65, menunjukkan bahwa kondisi internal Florist Nawanua Flora berada di atas standar. Sementara itu, skor total pada matriks EFE adalah 3,88, mengindikasikan bahwa Florist Nawanua Flora berhasil memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman dengan efektif.
2. Jurnal “*ANALISIS MANAJEMEN RISIKO BISNIS(Studi pada Cuanki Asoy Jember)*” tahun 2020 yang ditulis oleh Mudrika Berliana As Sajjad. Studi ini mengadopsi metodologi kualitatif deskriptif, memanfaatkan wawancara sebagai teknik pengumpulan data. Dari evaluasi risiko yang dilakukan, terungkap bahwa tantangan terbesar yang dihadapi oleh UMKM Cuanki Cuanki Asoy adalah terkait dengan risiko produk. Di samping itu, risiko finansial juga menjadi hal yang tidak bisa diabaikan. Hal ini umum pada usaha kecil dan menengah yang kerap berjuang dengan kendala pendanaan. Oleh karena itu, sangat penting



untuk melakukan manajemen risiko terhadap masalah yang telah teridentifikasi agar dapat meningkatkan nilai usaha.

3. Jurnal “*ANALISIS KINERJA DAN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA ROSE FLORIST DI BANDAR LAMPUNG*” tahun 2021 yang ditulis oleh Wenni Mey Kardepa Sembiring, dkk, pendekatan yang digunakan adalah metode kualitatif dengan studi kasus. Untuk mengumpulkan informasi, penelitian ini mengandalkan pada data primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan langsung dari pemilik usaha, karyawan, serta instansi terkait UMKM melalui serangkaian wawancara menggunakan kuesioner terbuka. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber institusional dan literatur yang sesuai dengan topik penelitian. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Rose Florist merupakan usaha yang memberikan keuntungan, ditandai dengan peningkatan kas pada periode kedua dibanding periode sebelumnya. Untuk mengembangkan usahanya, Rose Florist menerapkan strategi seperti meningkatkan kualitas produk bunga, memasang papan nama bisnis, serta memberikan pelatihan kepada karyawannya.
4. Jurnal “*Manajemen Risiko dalam Bisnis E-commerce: Mengidentifikasi, Mengukur, dan Mengelola Risiko-risiko yang Terkait*” tahun 2023 yang ditulis oleh Tuti Lisnawati, dkk. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah kajian literatur. Temuan dari penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan risiko yang efisien dalam dunia bisnis e-commerce merupakan faktor penting untuk sukses dalam periode panjang. Melalui proses identifikasi, evaluasi, dan pengendalian risiko yang ada, perusahaan bisa menjaga aset mereka, mempertahankan kepercayaan dari konsumen, dan mencapai sasaran yang telah ditentukan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan untuk membahas manajemen risiko dalam pengembangan bisnis pada Arnaty florist yaitu metode kualitatif, dengan teknik wawancara. Metode penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang digunakan untuk memahami kondisi natural suatu objek penelitian, dengan peneliti berperan sebagai instrumen utama. Pendekatan ini mengandalkan triangulasi dalam pengumpulan datanya, menganalisis data dengan cara induktif, dan lebih mengutamakan pemahaman mendalam terhadap makna dibandingkan dengan pencarian generalisasi. Dalam metode ini, proses penelitian dilakukan dengan menginterpretasikan fenomena berdasarkan persepsi, menghasilkan deskripsi detail yang diungkapkan melalui kata-kata langsung dari subjek yang diteliti. Keberhasilan penelitian kualitatif bergantung pada kemampuan peneliti untuk menggali informasi melalui wawancara langsung dengan subjek penelitian, memerlukan keahlian dan pengetahuan yang mendalam dari peneliti itu sendiri.

Metode kualitatif merupakan suatu pendekatan penelitian yang berfokus pada interpretasi fenomena melalui analisis deskriptif berbasis narasi lisan dari subjek penelitian. Penelitian kualitatif menuntut pengetahuan yang mendalam dari peneliti karena melibatkan interaksi langsung dengan subjek penelitian. Sebaliknya, penelitian kuantitatif lebih menekankan pada evaluasi objektif berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Teori dalam penelitian kualitatif berperan penting dalam membimbing peneliti dalam merumuskan pertanyaan penelitian yang relevan.

Instrumen wawancara merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan interaksi tanya jawab antara peneliti dan narasumber untuk menggali informasi terkait masalah penelitian. Wawancara dapat dilakukan dalam format terstruktur maupun tidak terstruktur. Dalam sesi wawancara, peneliti berperan sebagai pengatur pertanyaan yang relevan dengan tujuan penelitian. Wawancara terstruktur dirancang dengan pertanyaan yang telah disusun sebelumnya untuk memandu sesi wawancara dengan narasumber.

Teknik Pengumpulan Data

- a. Wawancara



Wawancara digunakan untuk mendapatkan informasi secara langsung dari Owner Arnaty florist yaitu Fivin Intani. wawancara ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana cara Arnaty florist dalam mengelola risiko bisnis.

b. Studi literatur

Hasil dari wawancara mendapatkan data sebagai objek pembahasan yang menjadi pokok persoalan. Hasil ini kemudian diperkuat dengan teori dengan literatur yang ada untuk mendapatkan hasil yang objektif.

Data primer dari jurnal ini merupakan hasil wawancara terhadap Owner Arnaty Florist, yaitu Fivin Intani. Sedangkan, data sekunder didapat dari literatur untuk memperkuat data primer.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Melalui wawancara dengan Owner Arnaty Florist, terungkap bahwa partisipasi dalam program Wirausaha Merdeka (WMK) yang diadakan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Indonesia pada tahun 2022 menjadi titik balik penting dalam strategi bisnis mereka. Program ini tidak hanya memberikan peluang belajar dan mengembangkan diri sebagai wirausahawan tetapi juga menempatkan Owner Arnaty Florist sebagai salah satu talenta entrepreneur terbaik. Dalam penelitian ini penulis memperoleh hasil bagaimana mengelola risiko dan tantangan dalam persaingan bisnis.

Dari pengalaman yang diperoleh selama mengikuti WMK, Owner Arnaty Florist memperoleh pengetahuan mengenai pengelolaan media sosial, pendaftaran alamat usaha di Google, dan strategi bisnis yang efektif. Pengetahuan ini kemudian diimplementasikan dalam berbagai aspek operasional Arnaty Florist, terutama dalam pemasaran digital. Dibandingkan dengan florist lain di Pekanbaru, Arnaty Florist menunjukkan pemahaman yang lebih mendalam tentang seni dan estetika bunga, serta penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif. Hal ini terbukti dari perhatian mereka terhadap detail seperti logo, warna, slogan, arti dari nama bisnis, desain instastory, serta komposisi foto dan video yang diposting.

Selain itu, Arnaty Florist juga membedakan dirinya dari pesaing dengan menyediakan berbagai pilihan produk yang tidak hanya terbatas pada buket bunga atau papan bunga, melainkan juga mencakup fresh flower, artificial flower, buket pernikahan, bloom box, vas, dan papan nama. Diversifikasi produk ini memperluas target pasar dan memenuhi berbagai kebutuhan pelanggan. Berikut penuturan hasil wawancaranya.

“Pada tahun 2022, disitu aku menang sebagai entrepreneur terbaik nomor 2. Nah disitu di WMK itu aku belajar tentang bagaimana mengelola social media usaha, bagaimana mendaftarkan usaha kita, dan alamatnya di google dan lain sebagainya. Strategi-strategi gitu kan. Jadi berbekalkan dari ilmu-ilmu yang ada di WMK itu aku implementasikan ke toko aku. Nah kebetulan aku perhatiin florist florist Pekanbaru itu sangat minim sekali memperhatikan tentang media sosial, tentang pemasarannya, bahkan hal-hal remeh kayak font segala macam. Nah, disitu jadi kelemahan-kelemahan yang ada di florist Pekanbaru itu aku melihat peluang. Bahwa bisa nih kita masuk ke florist baru. Nah, terus aku juga melihat peluang lain adalah di Pekanbaru sendiri nggak banyak florist yang mengerti tentang bunga. Nah, jadi yang aku lihat adalah mereka itu menjual bunganya aja. Jadi mereka itu, teman-teman florist itu menjual bunga bukan menjual seni-nya, jadi kalau aku perhatian sebagai penyuka bunga dari SMP, kombinasi warna, entah itu wrapnya, entah itu pitanya atau bunga bunga yang dipakai, bahkan arti bunganya aja tuh, nggak banyak merhatiin. Nah, melihat peluang itu tuh aku jadi semangat dong buat maju gitu kan. Karena ini kesempatan buat jadi yang salah satu yang baru dan fresh gitu. Nah, itu tuh dua strategi yang aku masukin. Dari pertama, sosial media-nya. Memperhatikan sosial media itu nggak cuma tentang memposting, tapi kaya ada linknya, ada slogannya, ada warnanya, ada logo, ada arti namanya, ada gimana komposisi foto, video, gitu-gitu kan. Gimana kita menghias story. Itu juga salah satu strategi buat orang tuh ngeliat kita florist yang berbeda. terus juga aku melihat bahwa florist di Pekanbaru itu, misalnya nih florist buket, dia tuh fokus di buket aja. Gak ada tuh yang kayak buket ada yang jual bloom bag, ada yang jual vas, ada yang

jual bloom box. Sementara di kita, kita tuh gak jual tentang buketnya aja. Tapi kita jual, memberi menu-menu baru yang biasanya orang-orang itu mencari bloom bag itu harus ada, misalnya mereka nyari bloombox yang jual gitu aja. Jadi kita tuh, orang-orang pun seakan beli dari satu toko mereka punya banyak menu. Kita bisa mencari banyak hal di toko kita. Sementara florist lain itu fokusnya di bunga, bunga fresh ya bunga fresh aja, bunga artificial ya bunga artificial aja, kita nggak. Kita, semuanya tak lakoni”.

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa Arnaty Florist berhasil mengelola risiko dan tantangan dalam persaingan bisnis melalui inovasi, diversifikasi produk, dan pemasaran digital yang efektif. Strategi-strategi ini tidak hanya memperkuat posisi Arnaty Florist di pasar lokal tetapi juga menunjukkan pentingnya pembelajaran dan adaptasi terus-menerus dalam dunia wirausaha.

Penelitian ini juga mengkaji bagaimana Arnaty Florist mengatasi fluktuasi harga bahan baku yang berpotensi mempengaruhi margin keuntungan. Melalui wawancara yang dilakukan, terungkap bahwa Arnaty Florist memiliki strategi unik dalam menghadapi tantangan ini. Menariknya, Owner Arnaty Florist menyatakan bahwa dalam industri florist, fluktuasi harga bahan baku tidak selalu berdampak negatif terhadap margin keuntungan. Hal ini dikarenakan seluruh pelaku bisnis di industri ini cenderung menyesuaikan harga jual dengan kenaikan harga bahan baku dari petani. Sebagai contoh, jika harga bahan baku naik sebesar 20%, maka harga jual pun akan disesuaikan naik sebesar 40%, memastikan bahwa margin keuntungan tetap terjaga.

Selain itu, risiko terbesar yang dihadapi Arnaty Florist bukanlah pada fluktuasi harga bahan baku, melainkan pada ketidakpastian penjualan bunga segar yang dapat layu sebelum terjual. Namun, strategi penanganan risiko ini cukup efektif. Dengan pengalaman dan manajemen yang baik, Arnaty Florist mampu mengatur agar bunga yang dibeli dapat terjual sebelum layu, sehingga kerugian dapat diminimalisir. Bahkan jika terjadi kerugian, keuntungan dari penjualan sebelumnya cukup untuk menutupi kerugian tersebut.

Pada awal berdirinya, Arnaty Florist memang pernah mengalami kesulitan dalam menjual bunga-bunga segar sebelum layu. Namun, seiring berjalannya waktu dan meningkatnya keterkenalan toko, masalah ini dapat diatasi. Arnaty Florist juga mengimplementasikan strategi diversifikasi produk, dengan menawarkan tidak hanya bunga segar, tapi juga bunga artificial yang tidak memiliki risiko layu. Hal ini memungkinkan mereka untuk memiliki sumber pendapatan yang stabil dan mengurangi ketergantungan pada penjualan bunga segar saja.

Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa Arnaty Florist mampu mengelola risiko bisnis dengan efektif melalui strategi penyesuaian harga, manajemen produk yang baik, dan diversifikasi produk. Pendekatan ini tidak hanya membantu mereka dalam menghadapi fluktuasi harga bahan baku, tetapi juga dalam mengatasi risiko lainnya, seperti ketidaklancaran penjualan bunga segar.

Selanjutnya peneliti juga mengkaji tentang Bagaimana manajemen risiko sumber daya manusia di Arnaty Florist dilakukan untuk memastikan kinerja optimal karyawan, dan dari wawancara yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa ada beberapa strategi yang diterapkan oleh Owner Arnaty Florist untuk mengelola manajemen risiko SDM dan memastikan karyawan bekerja optimal. Yang pertama Owner memilih karyawan dari para mahasiswa yang notabeneanya ingin memiliki penghasilan sendiri dan memiliki pemikiran yang kritis yang mana itu dapat berdampak positif bagi perkembangan Arnaty Florist, yang kedua Owner menggunakan strategi reward atau bonus untuk para karyawan, jadi bonus akan didapatkan apabila karyawan tersebut mencapai target yang telah ditentukan, dan dengan adanya hal itu karyawan akan bersemangat dan termotivasi. Jadi itu salah satu motivasi dari Owner untuk para karyawan, dari hal itu karyawan juga kan terpacu untuk menciptakan ide ide baru yang tidak menutup kemungkinan ide itu juga bagus, dan target bisa dicapai karena adanya ide ide baru tersebut. Selanjutnya Owner juga memberikan fasilitas untuk belajar kepada para karyawannya berupa pelatihan dari pelatihan offline hingga pelatihan melalui media sosial. Di sisi lain Owner juga menekankan bahwa media sosial itu penting untuk perkembangan usaha Arnaty Florist sehingga Arnaty florist mempunyai beberapa media sosial, dari Instagram hingga Tiktok dan mereka mempunyai konsep dan jadwal



tersendiri untuk memposting produk produknya. Dan tentunya Owner memastikan para karyawannya untuk memahami SOP yang ada.

Dari wawancara yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa Owner Arnaty Florist mampu untuk mengelola risiko sumber daya manusia dan Owner juga dapat memastikan bahwa para karyawannya dapat bekerja secara optimal, Owner Arnaty Florist juga mencoba untuk mengurangi risiko yang mungkin terjadi terkait dengan faktor SDM sambil memastikan bahwa usaha tetap berjalan lancar dan mencapai tujuan bisnis yang ditetapkan.

Tidak hanya seputar SDM saja, peneliti juga mengkaji masalah tentang bagaimana Arnaty Florist mengelola risiko pemasaran seperti perang harga dan strategi promosi agar tetap menarik bagi pelanggan, sesuai dengan apa yang dikatakan Owner Arnaty Florist dari wawancara yang ada adalah Owner Arnaty Florist mempunyai beberapa cara untuk mengatasi permasalahan tersebut, yang pertama adalah perang harga, dalam hal ini Owner mempunyai cara yaitu lebih menekankan di bentuk buket dan estetikanya, Owner juga sangat memperhatikan detail detail buket, mulai dari pemilihan warna, komposisi bunga, dan hiasan dari buket itu sendiri. Arnaty Florist juga membebaskan konsumen untuk berkreasi dan berimajinasi sesuai dengan yang mereka inginkan, jadi Arnaty Florist tidak hanya menjual buket yang langsung jadi saja, tapi Arnaty Florist juga menjual buket sesuai dengan keinginan dari konsumen, yang mana konsumen akan tahu dan akan memilih buket Arnaty Florist karena sangat memperhatikan hal hal kecil yang tidak semua toko buket bisa terapkan, dan hal hal inilah yang Owner Arnaty Florist gunakan untuk mengatasi perang harga.

Selanjutnya yaitu bagaimana cara Owner Arnaty Florist mengelola strategi promosi agar tetap menarik bagi pelanggan adalah dengan berbagai cara diantaranya sertifikasi yang sudah Owner Arnaty Florist dapatkan dari pelatihan yang telah diikutinya, dan dari situ sertifikasi dapat memperkuat kepercayaan konsumen terhadap Arnaty Florist yang mana hal itu juga berdampak positif pada promosi agar tetap menarik para konsumen, Arnaty Florist juga melakukan layanan extra bagi konsumennya dan dapat dibuktikan bahwa Arnaty Florist akan menerima semua keinginan dari konsumen terkait request buket karena Arnaty Florist percaya bahwa konsumen memiliki keterikatan dengan buket yang mereka inginkan.

Dapat disimpulkan bahwa Arnaty Florist berhasil mengatasi tantangan perang harga dan strategi promosi dengan cara yang unik dan efektif. Mereka fokus pada kualitas produk dan pelayanan yang personalisasi untuk membedakan diri dari pesaing. Strategi ini termasuk menekankan estetika dan detail dalam pembuatan buket, memberikan kebebasan kepada konsumen untuk berkreasi, dan memberikan layanan extra yang membuat konsumen merasa dihargai. Sertifikasi yang dimiliki oleh Owner juga memberikan kepercayaan tambahan kepada konsumen. Dengan demikian, Arnaty Florist berhasil menjaga daya tarik bagi pelanggan dan memperkuat hubungan dengan mereka.

Terakhir peneliti juga mengkaji tentang bagaimana Arnaty Florist mengatasi risiko operasional seperti masalah pemasok dan menjaga kualitas bunga, dan peneliti mendapatkan informasi sesuai dengan wawancara yang ada yaitu Arnaty florist memiliki pemasok yang sudah terpercaya yang bisa menjaga kualitas bunga, selain itu Arnaty florist juga memiliki back up dari rekan bisnis lain apabila dalam keadaan tertentu stok bunga dari pemasok sedang kosong. tidak hanya itu, Arnaty Florist juga memperhatikan kualitas bunga dan untuk menjaga kualitas bunga yang tersedia di toko, Arnaty florist selalu memastikan mengganti air bunga setiap hari menggunakan air mineral dan tangkai bawah bunga dipotong sepanjang satu ruas jari untuk menjaga bunga tetap segar.

Selain itu Arnaty Florist juga selalu memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen dan tidak ingin membuat konsumen kecewa jadi apabila stok bunga permintaan dari pelanggan tidak tersedia di toko, Arnaty florist akan lebih memilih untuk menawarkan pilihan bunga lain dengan kualitas yang sama daripada harus mencari persediaan dari pemasok lain dengan bunga yang standar kualitasnya tidak sesuai. Hal ini dilakukan demi menjaga kesetiaan pelanggan terhadap toko karena selalu memberikan kualitas bunga yang baik. Dalam hal ini Owner juga sangat bertanggung jawab dalam permasalahan kualitas bunga, karena Owner juga mempunyai



pengetahuan yang cukup dalam hal menjaga kualitas bunga dan bisa dilihat juga mulai dari ketertarikan Owner tentang bunga sampai pengalaman yang didapat dari pelatihan.

Dapat disimpulkan dari wawancara diatas bahwa Arnaty Florist dapat mengatasi risiko operasional seperti masalah pemasok dan menjaga kualitas bunga dengan strategi yang terencana dan berorientasi pada kepuasan pelanggan. Arnaty Florist memiliki pemasok yang terpercaya dan memiliki back up dari rekan bisnis lain untuk mengatasi kekosongan stok bunga. Selain itu, Arnaty Florist selalu memperhatikan kualitas bunga dengan menjaga kebersihan dan kesegaran bunga di toko, serta memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan dengan menawarkan pilihan bunga alternatif jika stok bunga yang diminta tidak tersedia. Tanggung jawab Owner dalam menjaga kualitas bunga juga sangat ditekankan, dan hal itu dapat menunjukkan komitmen Arnaty Florist dalam memberikan kualitas yang terbaik kepada pelanggan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah disampaikan, dapat disimpulkan bahwa Arnaty Florist telah berhasil mengelola risiko dan tantangan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif dengan cara yang inovatif dan strategis. Pengelolaan risiko bisnis yang efektif, termasuk risiko pemasaran, operasional, keuangan, sumber daya manusia, dan pasar, telah menjadi kunci keberhasilan Arnaty Florist dalam mempertahankan dan memperkuat posisinya di pasar lokal. Strategi yang diterapkan, seperti inovasi produk, diversifikasi produk, pemasaran digital yang efektif, penyesuaian harga, dan manajemen produk yang baik, telah terbukti efektif dalam menghadapi fluktuasi harga bahan baku, ketidaklancaran penjualan, dan persaingan harga. Selain itu, pendekatan personalisasi dalam pelayanan dan perhatian terhadap detail dan kualitas produk telah memungkinkan Arnaty Florist untuk membedakan diri dari pesaing dan memperkuat hubungan dengan pelanggan.

SARAN

Saran untuk penelitian lebih lanjut adalah fokus pada pengembangan strategi adaptasi dan inovasi yang lebih luas untuk menghadapi dinamika pasar yang terus berubah. Penelitian dapat mengkaji lebih dalam tentang penerapan teknologi terkini dalam operasional bisnis, analisis tren pasar dan perilaku konsumen, yang dapat memberikan insight lebih dalam untuk pengambilan keputusan bisnis. Selain itu, penelitian tentang pengaruh budaya organisasi yang kuat dalam mengelola sumber daya manusia dan mempertahankan keterlibatan karyawan juga dapat memberikan perspektif baru dalam pengelolaan risiko sumber daya manusia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan hormat, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang kepada Kak Fivin Intani atas kesediaan dan keramahan yang telah diberikan selama proses wawancara terkait penelitian ini. Keterbukaan dan kebaikan hati dalam membagikan pengalaman serta insight mengenai Arnaty Florist memberikan pencerahan dan nilai tambah yang signifikan bagi penelitian ini.

Semoga Arnaty Florist terus berkembang dan berhasil mencapai tujuan serta visinya dalam menyebarkan keindahan dan kebahagiaan melalui rangkaian bunga yang indah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (1st ed.). Makassar: Syakir Media Press.
Albin Tabun, M. (2023). *Manajemen Risiko Bisnis Era Digital (Teori dan Pendekatan Konseptual)* (1st ed.). Lombok Barat: Seval Literindo Kreasi.
As Sajjad, M. B., Kalista, S. D., Zidan, M., & Christian, J. (2020). ANALISIS MANAJEMEN RISIKO BISNIS (Studi pada Cuanki Asoy Jember) BUSINESS RISK MANAGEMENT



-
- ANALYSIS (Study at Cuaniki Asoy Jember). *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, 18(1), 51–61.
- Gracia Wowor, Z., Kaunang, R., & Lady Gisela Taroreh, M. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Florist Nawanua Flora Di Kelurahan Kakaskasen Tiga Kota Tomohon Nawanua Flora Florist Business Development Strategy In The Kelurahan Of Kakaskasen Tiga, City Of Tomohon. *Transdisiplin Pertanian*, 19(1), 67–76.
- Hafni Sahir, S. (2021). *Metodologi Penelitian* (1st ed.). Yogyakarta: KBM INDONESIA.
- Kheradmand, Y., Honarbakhsh, A., Movahedifar, S. M., & Afshari, A. R. (2021). Risk Prioritization in Water and Wastewater Projects Using a Decision Model Based on the Analytic Hierarchy Process. *Journal of Rehabilitation in Civil Engineering*, 9(2), 71-84. doi: 10.22075/jrce.2021.21062.1438
- Lisnawati, T., Hussaen, S., Nuridah, S., Pramanik, N. D., Warella, S. Y., & Bahtiar, Y. (2023). Manajemen Risiko dalam Bisnis E-commerce: Mengidentifikasi, Mengukur, dan Mengelola Risiko-risiko yang Terkait. *Pendidikan Tambusai*, 7(2), 8252–8259.
- Mey Kardepa Sembiring, W., Dwi Sayekti, W., & Trully Gultom, D. (2021). ANALISIS KINERJA DAN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA ROSE FLORIST DI BANDAR LAMPUNG (Performance Analysis and Development Strategy of Agroindustry Rose Florist in Bandar Lampung). *Jurnal Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 9(3), 381–385.
- Mudayat, Arisanti, D., & Fail, M. (2020). *PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN BISNIS*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Nofia, C. (2021, Oktober 6). *Sejarah Berkirim Bunga Melahirkan Istilah yang Dinamakan Florist*. Dipetik Maret 30, 2024, dari Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/cicinofia5947/615db7693ec8e009626f6b63/sejarah-berkirim-bunga-melahirkan-istilah-yang-dinamakan-florist>
- Qintharah, Y. N. (2019). Perancangan Penerapan Manajemen Risiko. *JRAK: Jurnal Riset Akuntansi Dan Komputerisasi Akuntansi*, 10(1), 67–86. <https://doi.org/https://doi.org/10.33558/jrak.v10i1.1645>
- Widiyanto, S., Puspita Ningsih, K., & Judijanto, L. (2024). *Manajemen Risiko* (1st ed.). Yogyakarta: Suler Pustaka.