



## ANALISIS MANAJEMEN RISIKO PADA COZE COFFEE SHOP: STRATEGI MITIGASI UNTUK KEBERLANJUTAN BISNIS

Dewi Cahyani Pangestuti<sup>1)</sup>, Sumilir<sup>2)</sup>, Munasiron<sup>3)</sup>, Heni Nastiti<sup>4)</sup>

1) [dewichepe@upnvj.ac.id](mailto:dewichepe@upnvj.ac.id), Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

2) [sumilir@upnvj.ac.id](mailto:sumilir@upnvj.ac.id), Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

3) [munasiron@upnvj.ac.id](mailto:munasiron@upnvj.ac.id), Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

4) [heninatiti@upnvj.ac.id](mailto:heninatiti@upnvj.ac.id), Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

### Abstract

*The objective of this community service initiative is to conduct a comprehensive analysis of the risk management strategies employed by Coze Coffee Shop, a micro, small, and medium enterprise (MSME) operating within the coffee shop sector in Indonesia. The primary objective of this study is to identify, evaluate, and formulate risk mitigation strategies that can enhance business sustainability. The approach employed is qualitative descriptive, with data collection techniques including interviews and direct observation. The findings of the study suggest that Coze Coffee Shop is confronted with a multitude of operational, market, financial, and human resource risks. Mitigation measures that have been implemented include product innovation, service improvement, the use of social media for marketing, and more efficient cash flow management. The results of this community service provide recommendations for improving risk management that is more adaptive and responsive to dynamic market changes, as well as the importance of strengthening human resource capacity to address the challenges of the increasingly competitive coffee shop industry. It is hypothesized that the results of this community service will contribute to the development of effective risk management strategies for MSMEs in the coffee shop sector and have a positive impact on their business sustainability amid intense competition.*

**Keywords:** Business sustainability, Coffee shop, Mitigation strategy, Risk management, UMKM

### Abstrak

Pengabdian pada masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk menganalisis manajemen risiko yang dihadapi oleh Coze Coffee Shop, sebuah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor kedai kopi di Indonesia. Fokus utama penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan merumuskan strategi mitigasi risiko yang dapat meningkatkan keberlanjutan bisnis. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi langsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Coze Coffee Shop menghadapi berbagai risiko operasional, pasar, keuangan, dan sumber daya manusia. Beberapa langkah mitigasi yang telah diterapkan meliputi inovasi produk, perbaikan layanan, penggunaan media sosial untuk pemasaran, serta pengelolaan arus kas yang lebih efisien. Hasil PKM ini memberikan rekomendasi untuk meningkatkan pengelolaan risiko yang lebih adaptif dan responsif terhadap perubahan pasar yang dinamis, serta pentingnya penguatan kapasitas sumber daya manusia untuk menghadapi tantangan industri kedai kopi yang semakin kompetitif. Hasil PKM ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi manajemen risiko yang efektif bagi UMKM di sektor kedai kopi, serta memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan bisnis mereka di tengah persaingan yang ketat.

**Kata kunci:** Keberlanjutan bisnis, Kedai kopi, Manajemen risiko, Strategi mitigasi, UMKM,

## PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif dan dinamis, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian, khususnya di Indonesia. Salah satu sektor yang tengah berkembang pesat adalah coffee shop. Industri coffee shop di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2023, produksi kopi di Indonesia mencapai lebih dari 760.000 ton, dengan provinsi seperti Sumatera Selatan, Lampung, Aceh, Sumatra Utara, dan Jawa Timur menjadi wilayah penghasil kopi utama. Demikian pula industri kedai kopi di Indonesia mengalami perkembangan yang dinamis, dipengaruhi oleh pergeseran budaya, tren pasar, dan faktor sosial-ekonomi. Peningkatan konsumsi kopi telah mengubah kedai kopi dari sekadar tempat penyedia minuman menjadi pusat pertemuan sosial. Perubahan ini sangat terasa di kota-kota besar Indonesia, seperti Jakarta, Surabaya, dan Medan, di mana kedai kopi



berfungsi sebagai tempat berkumpul bagi berbagai kalangan, terutama di kalangan konsumen muda, termasuk Generasi Z (Alfarizi et al., 2023; Widawati et al., 2022).

Penelitian menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam jumlah kedai kopi dalam beberapa tahun terakhir. Sebagai contoh, jumlah outlet kopi meningkat dari 1.083 pada tahun 2018 menjadi sekitar 3.000 pada tahun 2021, mencerminkan tren kewirausahaan yang berkembang pesat dalam sektor ini (Simamora & Sulistianingsih, 2022). Pertumbuhan ini sejalan dengan meningkatnya preferensi konsumen terhadap kopi spesialti dan diperkenalkannya konsep kafe modern yang menarik bagi konsumen muda (Rosyiidiani & Widya, 2021). Selain itu, bisnis kedai kopi juga beradaptasi dengan permintaan pasar, seperti dengan memperkenalkan kopi dalam kemasan botol selama pandemi COVID-19, yang menunjukkan ketahanan industri ini (Ismoyowati et al., 2021).

Meningkatnya permintaan terhadap kopi serta gaya hidup urban telah menjadikan kedai kopi sebagai tempat berkumpul yang populer, baik untuk bersosialisasi maupun untuk keperluan bisnis. Fenomena ini tidak hanya terbatas pada kota-kota besar, namun juga mulai meluas ke kota-kota kecil, seiring dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin menggemari budaya ngopi (Sumara, 2024). Salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan dalam industri ini adalah kualitas produk yang ditawarkan serta atmosfer yang tercipta di kedai kopi (Fauzi et al., 2024). Penelitian menunjukkan bahwa suasana kedai dan kualitas produk berperan penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan, yang mengindikasikan bahwa desain dan layanan yang ada di kedai kopi harus mendukung pengalaman pelanggan secara keseluruhan (Febrianti & Novita, 2021). Selain itu, kenyamanan fasilitas seperti kursi dan meja juga merupakan faktor yang tidak kalah penting, yang dapat mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen (Erwandaru & Martheriani, 2024).

Meskipun minat terhadap budaya kopi di kalangan masyarakat Indonesia, khususnya generasi muda, terus berkembang pesat, berbagai faktor masih menjadi hambatan dalam pasar yang berkembang pesat ini. Pertama, persaingan yang sangat ketat antara kedai kopi di kawasan urban besar seperti Jakarta dan Bali menjadi salah satu tantangan utama. Proliferasi kedai kopi—yang meningkat tiga kali lipat dari 1.083 outlet pada tahun 2018 menjadi sekitar 3.450 pada tahun 2021—telah menciptakan pasar yang jenuh, di mana diferensiasi menjadi kunci untuk meraih kesuksesan (Simamora & Sulistianingsih, 2022). Di tengah persaingan ini, pemilik kedai kopi harus bersaing tidak hanya dengan usaha lokal, tetapi juga dengan waralaba internasional seperti Starbucks yang memiliki 326 outlet di seluruh Indonesia pada tahun 2018 (Putra, 2024). Oleh karena itu, inovasi dan adaptasi terus-menerus pada produk dan layanan sangat diperlukan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Penggunaan strategi pemasaran yang unik, termasuk inisiatif *brand ambassador* dan kegiatan promosi, telah terbukti penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen serta membangun loyalitas pelanggan (Wiputra, 2022).

Manajemen risiko dalam industri kedai kopi di Indonesia memegang peranan penting untuk memastikan keberlanjutan dan stabilitas bisnis, terutama di tengah berbagai tantangan yang dihadapi. Dengan pesatnya pertumbuhan sektor ini, seperti lonjakan jumlah kedai kopi dan konsumsi kopi yang meningkat, penerapan strategi manajemen risiko yang efektif menjadi kunci untuk menghadapi fluktuasi preferensi konsumen, dinamika pasar yang cepat berubah, dan perkembangan teknologi yang semakin canggih (Limawan et al., 2023; Rahmi et al., 2024; Utami et al., 2024). Penelitian menunjukkan bahwa risiko yang dihadapi oleh kedai kopi erat kaitannya dengan aspek pemasaran, pengelolaan sumber daya, serta hubungan dengan pemasok (Limawan et al., 2023; Prabwo & Yuwono, 2023). Oleh karena itu, strategi yang adaptif dan responsif terhadap perubahan lingkungan bisnis sangat penting untuk meminimalkan kerugian dan memaksimalkan peluang (Alma et al., 2024; Rahmi et al., 2024). Pada era pasca-pandemi COVID-19, manajemen risiko yang baik terbukti membantu bisnis



kedai kopi untuk beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen dan menjaga operasional bisnis tetap stabil. Penelitian juga menunjukkan bahwa penerapan analisis risiko berbasis ISO 31000 dapat membantu bisnis dalam mengidentifikasi dan memitigasi risiko yang mungkin mengganggu kelangsungan usaha (Antoni & Prasetyo, 2023; Valentina & Leng, 2021). Manajemen risiko menjadi elemen yang sangat vital bagi perkembangan industri kedai kopi. Implementasi strategi yang efektif berkontribusi tidak hanya pada kelancaran operasional, tetapi juga pada pencapaian keunggulan kompetitif dalam jangka panjang di pasar yang terus berkembang ini (Alma et al., 2024).

Coze Coffee Shop, sebuah yang bergerak di bidang penyediaan kopi dan minuman lainnya, terus berkembang seiring dengan meningkatnya permintaan terhadap kopi dan budaya kafe. Namun, seperti banyak lainnya, Coze Coffee Shop menghadapi tantangan besar dalam mengelola bisnis agar tetap berkelanjutan, khususnya dalam hal manajemen risiko. Sebagai usaha yang baru berkembang, mereka dihadapkan pada berbagai risiko, baik internal maupun eksternal, seperti risiko operasional, pasar, dan keuangan (Pangestuti et al., 2024). Risiko operasional terkait dengan kelancaran pelayanan, kualitas produk, dan manajemen sumber daya manusia (Pangestuti, 2018). Risiko pasar mencakup perubahan tren dan preferensi konsumen yang dapat memengaruhi daya saing, sedangkan risiko keuangan berkaitan dengan pengelolaan arus kas, pembiayaan usaha, serta fluktuasi harga bahan baku. Oleh karena itu, penting bagi Coze Coffee Shop untuk dapat mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mengelola risiko-risiko tersebut guna meningkatkan daya saing dan memperpanjang masa operasional usaha.

Untuk mengatasi masalah ini, pendekatan yang digunakan adalah melalui pengidentifikasian risiko yang ada, melakukan penilaian terhadap dampak dan probabilitas terjadinya risiko, serta merumuskan strategi mitigasi yang tepat. Pengabdian pada Masyarakat (PKM) ini akan menggali bagaimana manajemen risiko dapat diterapkan secara efektif pada seperti Coze Coffee Shop dengan mempertimbangkan keterbatasan sumber daya yang ada pada usaha kecil dan menengah. Fokus utama dari pemecahan masalah ini adalah untuk menyusun rekomendasi praktis yang dapat diterapkan oleh Coze Coffee Shop dalam pengelolaan risiko mereka. Selain itu, PKM ini juga akan mengkaji dampak kegiatan Coze Coffee Shop terhadap masyarakat di sekitar mereka.

Coze Coffee Shop tidak hanya beroperasi dalam ruang lingkup bisnis mereka sendiri, tetapi juga memiliki interaksi dengan komunitas sekitar. Oleh karena itu, PKM ini akan mengevaluasi sejauh mana Coze Coffee Shop memberikan dampak positif atau negatif terhadap masyarakat dan bagaimana usaha ini dapat memanfaatkan peluang untuk meningkatkan efek kualitas yang lebih baik. Kegiatan PKM di Coze Coffee Shop memberikan kontribusi sosial yang signifikan melalui pemberdayaan ekonomi lokal dengan membuka lapangan pekerjaan dan meningkatkan keterampilan karyawan melalui pelatihan rutin. Selain itu, Coze Coffee Shop juga berperan dalam mempererat hubungan sosial melalui ruang interaksi yang nyaman bagi masyarakat, serta meningkatkan kesadaran akan produk kopi lokal yang berkualitas. Dengan menerapkan sistem penghargaan yang meningkatkan kesejahteraan karyawan, praktik ramah lingkungan, dan mendukung kegiatan komunitas lokal, Coze Coffee Shop turut menciptakan dampak positif bagi lingkungan dan masyarakat. Selain itu, usaha ini menjadi contoh bagi UMKM lainnya dalam menerapkan prinsip keberlanjutan dalam bisnis, sekaligus memperkenalkan budaya kopi Indonesia kepada masyarakat luas.

## **METODE**

PKM ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis situasi yang dihadapi oleh Coze Coffee Shop. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali informasi secara mendalam mengenai manajemen



risiko yang dihadapi. Fokus utama PKM ini adalah pemahaman tentang risiko yang ada dan bagaimana pengelolaan risiko tersebut dapat mempengaruhi kelangsungan bisnis. Dalam pendekatan deskriptif kualitatif, data diperoleh melalui wawancara dan observasi langsung yang kemudian dianalisis secara sistematis untuk mendapatkan wawasan yang lebih komprehensif.

PKM ini menggunakan dua teknik pengumpulan data utama: observasi langsung dan wawancara semi-terstruktur. Kedua teknik ini bertujuan untuk mengumpulkan data yang komprehensif dan valid mengenai kondisi yang dihadapi Coze dalam menjalankan bisnisnya.

**Observasi Langsung:** Tim pengabdian melakukan kunjungan langsung ke Coze untuk mengamati proses operasional, interaksi antara staf dan pelanggan, serta suasana di coffee shop. Observasi ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai kondisi nyata dan tantangan yang dihadapi Coze dalam menjalankan usahanya.

**Wawancara Semi-Terstruktur:** Wawancara dilakukan dengan karyawan Coze dan pemasok yang terkait untuk menggali informasi mengenai tantangan dan risiko yang dihadapi oleh bisnis. Wawancara ini menggunakan pedoman yang fleksibel, memungkinkan responden untuk berbicara lebih bebas mengenai masalah yang relevan, namun tetap dalam koridor topik yang ditetapkan oleh peneliti.

PKM ini melibatkan 30 responden, yang terdiri dari manajer, staf operasional, barista, dan pemasok bahan baku Coze Coffee Shop, dipilih menggunakan metode random sampling untuk memastikan setiap individu memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih. Sampel ini mencakup berbagai peran dalam perusahaan, mulai dari perspektif strategis manajer hingga aspek operasional staf, sehingga hasilnya dapat mencerminkan tantangan yang dihadapi di berbagai level dalam usaha tersebut. Dengan demikian, keterwakilan sampel terhadap populasi yang relevan dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai pengelolaan risiko dan keberlanjutan bisnis Coze Coffee Shop.

Data yang diperoleh dari wawancara dan observasi akan dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Langkah-langkah analisisnya adalah sebagai berikut: (1) Setelah wawancara, transkrip akan dianalisis dengan mengkategorikan jawaban-jawaban responden ke dalam tema-tema yang relevan seperti risiko operasional, pasar, dan keuangan. (2) Berdasarkan data yang terkumpul, tim pengabdian melakukan pemetaan risiko yang dihadapi Coze. Pemetaan ini dilakukan dengan mengidentifikasi dan mengklasifikasikan jenis-jenis risiko, baik yang bersifat internal seperti risiko operasional, maupun eksternal seperti risiko pasar. (3) Setelah mengidentifikasi risiko, tim pengabdian akan melakukan penilaian risiko dengan menggunakan *Risk Register*, yaitu sistem untuk menilai probabilitas dan dampak dari setiap risiko. Skala numerik 1-5 digunakan untuk mengukur probabilitas dan dampak, dengan 1 menunjukkan rendah dan 5 menunjukkan tinggi. (4) Tim pengabdian akan mengurutkan risiko berdasarkan tingkat urgensi atau prioritasnya. Risiko dengan skor tertinggi akan menjadi fokus utama dalam penanganan dan mitigasi, sehingga langkah-langkah mitigasi dapat diprioritaskan. (5) Berdasarkan prioritas risiko yang telah ditentukan, tim pengabdian akan mengusulkan respon yang sesuai, seperti mitigasi, transferi, penerimaan, atau penghindaran risiko. Pilihan respon ini disesuaikan dengan karakteristik dan tingkat keparahan setiap risiko. (6) Setelah menentukan respon terhadap risiko, peneliti akan melakukan evaluasi terhadap efektivitas respon yang diambil. Jika diperlukan, penyesuaian terhadap respon risiko akan dilakukan berdasarkan kondisi dan perubahan yang terjadi di lingkungan.

Melalui analisis ini, peneliti bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai manajemen risiko di Coze, serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis.

Tim pengabdian juga akan melakukan diskusi kelompok dengan karyawan Coze untuk memperoleh ide, saran, dan pandangan mereka mengenai tantangan yang dihadapi bisnis ini,



serta solusi yang dapat diterapkan. Diskusi ini bertujuan untuk memperkuat pendekatan partisipatif dalam PKM, dimana para karyawan diberi kesempatan untuk berkontribusi dalam merumuskan langkah-langkah solusi yang relevan dengan tantangan yang ada. Selain itu, tim pengabdian akan memberikan pendampingan kepada Coze untuk membantu mereka dalam mengimplementasikan perubahan yang diperlukan. Pendampingan ini diharapkan dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi, serta meningkatkan pemahaman dan keterampilan karyawan dalam mengelola risiko yang dihadapi. Melalui metodologi ini, PKM ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang bermanfaat bagi Coze dalam mengelola risiko dan memperkuat kelangsungan bisnis mereka di tengah persaingan yang ketat.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam lingkungan bisnis yang terus berkembang dan penuh dengan tantangan, pemahaman serta pengelolaan risiko merupakan faktor krusial untuk mencapai kesuksesan. Setiap risiko membutuhkan pendekatan yang terencana dan strategi mitigasi yang tepat guna menjamin kelangsungan dan pertumbuhan usaha. Berikut adalah beberapa risiko yang dihadapi oleh Coze Coffe Shop.

### **Risiko Operasional**

**Tabel 1. Risiko Operasional**

Unit Kerja	Operasional
Akar Penyebab	<p>Fluktuasi kualitas bahan baku dan pengaruhnya terhadap kualitas produk yang dihasilkan, yang dapat menyebabkan ketidaksesuaian rasa atau tampilan produk kopi dan minuman lainnya.</p> <p>Kurangnya tenaga kerja yang terampil dan berpengalaman dalam melayani pelanggan atau mengelola operasional kedai kopi, yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan.</p> <p>Prosedur operasional yang kurang terstruktur atau tidak efisien dalam hal pengelolaan persediaan bahan baku, pemrosesan pesanan, dan pengaturan waktu layanan dapat menyebabkan keterlambatan atau kesalahan dalam pelayanan.</p> <p>Kerusakan peralatan seperti mesin espresso atau alat pemanggang kopi yang tidak terawat dengan baik dapat menyebabkan gangguan dalam proses produksi dan pengaruh terhadap kualitas produk.</p> <p>Desain ruang yang tidak nyaman atau fasilitas yang tidak memadai dapat memengaruhi pengalaman pelanggan dan menurunkan tingkat kepuasan pelanggan.</p>
Indikator Risiko	<p>Jika waktu yang dibutuhkan untuk melayani pelanggan meningkat, ini bisa menunjukkan adanya masalah dalam proses operasional atau keterbatasan sumber daya manusia.</p> <p>Penurunan kualitas produk yang sering terjadi, seperti rasa kopi yang tidak konsisten atau tampilan minuman yang tidak sesuai standar, menunjukkan adanya masalah pada pengelolaan kualitas bahan baku atau proses produksi.</p> <p>Peningkatan jumlah komplain yang berkaitan dengan kualitas produk, pelayanan, atau kenyamanan fasilitas menunjukkan adanya masalah operasional yang perlu segera diperbaiki.</p> <p>Jika pesanan pelanggan tidak dapat diproses dan dikirim tepat waktu, ini bisa menunjukkan adanya ketidak efisienan dalam operasional kedai kopi.</p> <p>Tingginya tingkat kerusakan peralatan atau mesin yang digunakan dalam proses produksi kopi dan minuman lainnya menandakan masalah dalam perawatan atau kualitas peralatan.</p>
Internal Control yang telah ada	<p>Coze Coffee Shop menggunakan sistem manajemen persediaan untuk memantau ketersediaan bahan baku secara real-time dan memastikan bahan baku yang digunakan selalu segar dan berkualitas.</p> <p>Coze Coffee Shop memberikan pelatihan rutin bagi karyawan untuk memastikan mereka memiliki keterampilan yang diperlukan dalam hal pelayanan pelanggan, pengelolaan produk, dan penggunaan peralatan.</p> <p>Penetapan SOP yang jelas untuk setiap aspek operasional, mulai dari proses pemesanan hingga penyajian produk, guna memastikan standar kualitas yang konsisten dan mengurangi kesalahan operasional.</p> <p>Coze Coffee Shop melaksanakan jadwal pemeliharaan rutin untuk memastikan peralatan seperti mesin espresso dan grinder selalu dalam kondisi optimal dan mengurangi risiko kerusakan yang dapat mengganggu operasional.</p>



Pengelolaan jadwal kerja karyawan secara efisien agar operasional kedai kopi tetap lancar, terutama pada jam-jam sibuk atau saat permintaan meningkat.

Dampak Kualitatif Keterlambatan dalam pelayanan, kualitas produk yang tidak konsisten, atau suasana kedai kopi yang tidak nyaman dapat menyebabkan penurunan tingkat kepuasan pelanggan dan berpotensi kehilangan pelanggan setia. Masalah operasional yang sering terjadi, seperti layanan yang buruk atau produk yang tidak konsisten, dapat merusak reputasi merek Coze Coffee Shop, yang pada akhirnya mengurangi daya tarik bagi pelanggan baru. Ketidamampuan untuk memberikan pengalaman yang konsisten dapat menyebabkan rendahnya tingkat loyalitas pelanggan, yang akan berdampak pada penurunan pendapatan jangka panjang. Keterbatasan sumber daya manusia dan beban kerja yang tinggi dapat menyebabkan stres pada karyawan, yang berdampak negatif pada semangat kerja, produktivitas, dan pelayanan pelanggan.

Sumber: hasil pengolahan *Risk Register*

### Tabel 2. Penanganan Risiko Operasional

Penanganan Risiko Memberikan pelatihan dan pengembangan berkelanjutan bagi karyawan untuk meningkatkan keterampilan operasional, pelayanan pelanggan, dan pengelolaan kualitas produk. Menggunakan teknologi seperti perangkat lunak manajemen inventaris dan sistem pemesanan digital untuk mempercepat dan mempermudah proses operasional. Menetapkan jadwal pemeliharaan rutin dan memastikan semua peralatan diperiksa dan berfungsi dengan baik untuk mengurangi risiko kerusakan yang dapat mengganggu operasional. Melakukan evaluasi rutin terhadap prosedur operasional dan SOP untuk memastikan efisiensi dan konsistensi dalam setiap aspek operasional. Mengoptimalkan desain ruang kedai kopi untuk menciptakan suasana yang nyaman dan menarik bagi pelanggan.

Hasil dari penanganan Coze Coffee Shop meningkatkan kecepatan pelayanan dengan memperkenalkan sistem yang telah di lakukan pemesanan digital untuk meminimalkan kesalahan dan mempercepat waktu tunggu pelanggan. Hasilnya ada peningkatan efisiensi operasional dengan mengurangi waktu tunggu pelanggan, serta mengurangi kesalahan dalam pemesanan yang meningkatkan kepuasan pelanggan. Melakukan inovasi menu dan perbaikan dalam penyajian produk untuk memastikan kualitas dan konsistensi produk tetap terjaga. Hasilnya adalah produk yang lebih konsisten dan inovatif menarik minat pelanggan baru serta meningkatkan loyalitas pelanggan yang sudah ada. Melakukan pemeliharaan rutin pada mesin dan peralatan lainnya untuk memastikan kelancaran operasional tanpa gangguan teknis. Hasilnya dalah meningkatnya keandalan peralatan dan mengurangi gangguan operasional yang dapat memengaruhi kualitas produk dan waktu pelayanan. Merancang ulang tata letak kedai kopi agar lebih nyaman dan sesuai dengan preferensi pelanggan, sehingga menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi pengunjung. Hasilnya meningkatnya kenyamanan dan pengalaman pelanggan, yang berdampak pada peningkatan kepuasan dan durasi kunjungan pelanggan. Mengadakan pelatihan berkala untuk karyawan dalam meningkatkan keterampilan mereka, baik dalam hal layanan pelanggan maupun pengelolaan operasional yang efisien. Hasilnya adanya peningkatan keterampilan karyawan yang berkontribusi pada peningkatan kualitas pelayanan dan operasional yang lebih efisien, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan pelanggan dan produktivitas tim.

Sumber: hasil pengolahan *Risk Register*

Mengelola risiko operasional dengan baik sangat penting untuk keberlanjutan bisnis Coze Coffee Shop. Dengan menerapkan pengendalian internal yang efektif, seperti pelatihan karyawan, pemeliharaan peralatan, dan pengelolaan SOP yang baik, Coze Coffee Shop dapat meminimalkan risiko operasional. Langkah-langkah mitigasi yang tepat, seperti peningkatan proses pelayanan dan inovasi produk, akan memastikan kelancaran operasional dan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi.



Risiko Keuangan dan Strategi

**Tabel 3. Risiko Keuangan dan Strategi**

Unit Kerja	Keuangan dan strategi
Akar Penyebab	<p>coffee shop rentan terhadap fluktuasi pendapatan yang dipengaruhi oleh faktor musiman, tren konsumsi, dan daya beli pelanggan yang tidak stabil.</p> <p>Ketidakmampuan dalam mengelola arus kas dengan baik dapat menyebabkan kesulitan dalam memenuhi kewajiban finansial, seperti pembayaran gaji, pembelian bahan baku, dan biaya operasional lainnya.</p> <p>Keterbatasan dalam menerapkan strategi pemasaran yang efektif dapat menghambat pertumbuhan dan daya saing usaha, terutama dalam menghadapi persaingan yang ketat dari kedai kopi lainnya.</p> <p>Kenaikan harga bahan baku seperti kopi, gula, dan susu dapat berdampak pada margin keuntungan dan menyebabkan ketidakstabilan dalam keuangan coffee shop.</p>
Indikator Risiko	<p>Penurunan laba bersih yang signifikan dalam periode tertentu menunjukkan adanya ketidakstabilan dalam keuangan bisnis, yang bisa disebabkan oleh fluktuasi harga bahan baku, biaya operasional yang tinggi, atau penurunan jumlah pelanggan.</p> <p>Terjadinya keterlambatan dalam pembayaran kewajiban keuangan seperti pembayaran gaji karyawan, hutang kepada pemasok, atau cicilan pinjaman.</p> <p>Penurunan jumlah penjualan yang berkelanjutan, baik karena faktor internal (strategi pemasaran kurang efektif) maupun eksternal (persaingan yang semakin ketat atau perubahan preferensi konsumen).</p> <p>Ketergantungan pada pembiayaan eksternal yang tinggi dapat mengindikasikan risiko keuangan, terutama jika bisnis tidak mampu memenuhi kewajiban pembayaran bunga dan cicilan.</p>
Internal Control yang telah ada	<p>Pengelolaan arus kas yang cermat, dengan memantau penerimaan dan pengeluaran secara rutin untuk memastikan keuangan tetap sehat.</p> <p>Penyusunan anggaran yang realistis dan perencanaan keuangan yang matang untuk menghadapi fluktuasi pendapatan dan pengeluaran.</p> <p>Pengelolaan risiko keuangan dengan memanfaatkan berbagai sumber pembiayaan, seperti pinjaman jangka panjang dan modal usaha dari investor atau lembaga keuangan.</p> <p>Pengelolaan stok bahan baku secara efisien agar tidak terjadi pemborosan atau kekurangan bahan yang dapat menghambat operasional.</p> <p>Menggunakan perangkat lunak akuntansi dan manajemen keuangan untuk mempermudah pencatatan transaksi, pelaporan, dan analisis keuangan.</p>
Dampak Kualitatif	<p>Risiko keuangan yang tidak terkendali dapat menurunkan citra dan reputasi merek, yang pada akhirnya mempengaruhi kepercayaan pelanggan.</p> <p>Ketidakstabilan dalam operasional, seperti kekurangan bahan baku atau kualitas produk yang tidak konsisten, dapat menyebabkan penurunan tingkat kepuasan pelanggan.</p> <p>Ketidakmampuan untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat dapat menyebabkan pelanggan tidak loyal dan berpindah ke pesaing.</p> <p>Masalah keuangan yang berlarut-larut dapat menimbulkan stres pada manajemen dan karyawan, yang dapat memengaruhi semangat kerja dan kinerja operasional.</p>

Sumber: hasil pengolahan *Risk Register*

**Tabel 4. Penanganan Risiko Keuangan dan Strategi**

Penanganan Risiko	<p>Melakukan promosi yang kreatif dan inovatif melalui media sosial, diskon, atau penawaran khusus untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama.</p> <p>Menyusun rencana pembayaran yang jelas dan disiplin dalam pengelolaan kas untuk menghindari keterlambatan pembayaran atau arus kas yang negatif.</p> <p>Mengembangkan menu yang bervariasi atau menawarkan produk baru untuk menarik segmen pasar yang lebih luas.</p> <p>Mencari pemasok dengan harga yang lebih kompetitif atau melakukan negosiasi ulang untuk mendapatkan harga bahan baku yang lebih stabil.</p> <p>Mengelola sumber pembiayaan dengan bijak, dengan memperhatikan beban bunga dan kewajiban pembayaran pinjaman.</p>
Hasil penanganan yang telah	<p>Coffee shop telah memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan brand awareness.</p>



dilakukan	<p>Hasilnya meningkatnya visibilitas dan engagement yang signifikan, yang berkontribusi pada peningkatan jumlah pelanggan dan penjualan.</p> <p>Menghadirkan variasi menu yang sesuai dengan tren konsumen, seperti kopi kekinian, minuman berbasis non-kopi, serta makanan ringan yang dapat melengkapi pengalaman pelanggan. Hasilnya meningkatnya kepuasan pelanggan dan keberagaman produk yang menarik segmen pasar lebih luas, meningkatkan loyalitas pelanggan.</p> <p>Mengimplementasikan sistem manajemen keuangan yang terkomputerisasi untuk memantau arus kas, biaya, dan pendapatan secara lebih akurat. Hasilnya pengelolaan keuangan yang lebih efisien, dengan pencatatan transaksi yang lebih tepat, serta perencanaan dan kontrol arus kas yang lebih baik.</p> <p>Mencari sumber bahan baku yang lebih terjangkau namun tetap menjaga kualitas produk, serta melakukan pembelian dalam jumlah besar untuk mendapatkan harga yang lebih murah. Hasilnya terjadi penurunan biaya bahan baku dan peningkatan margin keuntungan tanpa mengorbankan kualitas produk.</p> <p>Menyelenggarakan survei kepuasan pelanggan secara rutin untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta menyesuaikan produk dan layanan dengan harapan mereka. Hasilnya adanya peningkatan loyalitas pelanggan dan pengembangan produk serta layanan yang lebih sesuai dengan harapan pelanggan.</p>
-----------	--

Sumber: hasil pengolahan *Risk Register*

Penanganan risiko keuangan dan strategi pada Coze coffee shop melibatkan langkah-langkah mitigasi yang terstruktur dan adaptif. Beberapa strategi yang diterapkan antara lain adalah inovasi pemasaran melalui media sosial, pengelolaan arus kas yang lebih efisien, dan diversifikasi produk untuk menjangkau pasar lebih luas. Selain itu, negosiasi dengan pemasok untuk mendapatkan harga bahan baku yang lebih stabil serta pengelolaan pembiayaan dengan bijak juga menjadi langkah penting. Penanganan risiko ini dapat menjaga kelangsungan bisnis, meningkatkan daya saing, serta memperkuat posisi merek di pasar yang semakin kompetitif.

### **Risiko Marketing**

**Tabel 5. Risiko Marketing**

Unit Kerja	Marketing
Akar Penyebab	<p>Pergeseran tren dan preferensi konsumen yang cepat, seperti beralihnya minat dari kopi konvensional ke varian kopi kekinian atau kopi non-kopi, dapat membuat strategi pemasaran yang ada menjadi kurang efektif.</p> <p>Tidak adanya inovasi atau diferensiasi yang jelas antara produk Coze Coffee Shop dan pesaing dapat menyebabkan penurunan daya tarik pelanggan dan ketidakmampuan untuk menciptakan posisi yang unik di pasar.</p> <p>Terbatasnya dana yang dialokasikan untuk pemasaran menghambat upaya pemasaran yang lebih agresif, baik di media sosial maupun melalui promosi konvensional.</p> <p>Banyaknya kedai kopi baru yang bermunculan di sekitar lokasi Coze Coffee Shop, termasuk brand besar seperti Starbucks, menjadikan persaingan semakin sengit, sehingga mempengaruhi efektivitas kampanye pemasaran.</p> <p>Meskipun media sosial memiliki potensi besar dalam pemasaran, jika tidak dimanfaatkan dengan strategi yang tepat, akan mengurangi dampak promosi yang dapat dijangkau oleh audiens yang lebih luas.</p>
Indikator Risiko	<p>Berkurangnya pengunjung baru dan pelanggan lama ke kedai kopi dapat menunjukkan bahwa strategi pemasaran tidak efektif dalam menarik pelanggan.</p> <p>Tingkat interaksi yang rendah pada akun media sosial, seperti jumlah like, komentar, dan share, menunjukkan bahwa konten yang dibagikan tidak cukup menarik bagi audiens.</p> <p>Penurunan penjualan produk, terutama varian kopi atau menu unggulan yang dipromosikan, bisa menjadi indikasi bahwa pemasaran produk tersebut kurang berhasil atau tidak sesuai dengan preferensi pasar.</p> <p>Jika pelanggan tidak merasa puas dengan pengalaman mereka setelah melihat iklan atau promosi, ini menunjukkan bahwa marketing yang dilakukan tidak berhasil menciptakan ekspektasi yang sesuai dengan kenyataan.</p> <p>Biaya pemasaran yang semakin meningkat namun tidak diimbangi dengan peningkatan penjualan atau loyalitas pelanggan menandakan bahwa strategi pemasaran perlu dievaluasi.</p>
Internal Control yang telah ada	Coze Coffee Shop telah mengidentifikasi dan menetapkan target pasar yang jelas, yakni konsumen muda (milenial dan Gen Z) yang lebih menyukai kopi kekinian dan pengalaman



bersantai di kedai kopi.  
 Coze Coffee Shop telah memanfaatkan platform media sosial, seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, untuk berinteraksi dengan pelanggan, berbagi konten menarik, dan mempromosikan produk secara kreatif.  
 Coze Coffee Shop mengimplementasikan program loyalitas yang memberikan keuntungan bagi pelanggan setia, seperti diskon atau hadiah spesial untuk kunjungan berulang.  
 Menggunakan influencer lokal atau brand ambassador untuk memperkenalkan produk dan meningkatkan awareness tentang Coze Coffee Shop.  
 Mengumpulkan dan menganalisis data pelanggan untuk memahami preferensi mereka dan menyesuaikan penawaran produk serta promosi yang relevan.

**Dampak Kualitatif** Jika strategi pemasaran tidak efektif, citra merek Coze Coffee Shop bisa tercoreng, mengurangi kepercayaan pelanggan, dan berdampak pada loyalitas mereka.  
 Ketidamampuan dalam menciptakan pengalaman yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan yang dipicu oleh promosi dapat menurunkan tingkat kepuasan pelanggan.  
 Tidak adanya pendekatan pemasaran yang konsisten dan inovatif dapat menyebabkan pelanggan tidak merasa terikat dengan merek, sehingga tingkat loyalitas rendah dan mereka lebih mudah beralih ke pesaing.  
 Kegagalan dalam merespon kebutuhan pasar dapat menyebabkan kesulitan dalam meningkatkan volume penjualan, yang pada akhirnya berdampak pada keuntungan dan pertumbuhan usaha.

Sumber: hasil pengolahan *Risk Register*

**Tabel 6. Penanganan Risiko Marketing**

**Penanganan Risiko** Mengembangkan produk baru yang sesuai dengan tren konsumen dan menciptakan kampanye pemasaran yang lebih menarik dan relevan dengan audiens target.  
 Mengoptimalkan penggunaan media sosial dengan konten yang lebih variatif, interaktif, dan kreatif untuk meningkatkan engagement dan menarik lebih banyak pelanggan.  
 Memanfaatkan data pelanggan untuk menyusun strategi pemasaran yang lebih terarah dan berdasarkan pada kebutuhan serta preferensi pelanggan.  
 Meningkatkan kerja sama dengan pemasok bahan baku berkualitas dan mitra bisnis lainnya untuk menciptakan penawaran yang lebih menarik dan kompetitif.  
 Menyesuaikan anggaran pemasaran dengan hasil yang diperoleh, serta mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran yang telah diterapkan.

**Hasil penanganan** Coze Coffee Shop telah secara aktif meningkatkan penggunaan platform media sosial, yang telah dilakukan dengan berbagi konten kreatif, promosi, dan kolaborasi bersama influencer lokal. Hal ini meningkatkan engagement dan brand awareness.  
 Mengimplementasikan program loyalitas pelanggan yang memberikan insentif berupa diskon atau hadiah, yang membantu meningkatkan kunjungan kembali dan menjaga pelanggan tetap setia.  
 Melakukan inovasi dalam menu dengan menawarkan varian baru yang sesuai dengan tren pasar, serta memberikan promosi menarik seperti potongan harga atau bundling produk.  
 Mengadakan kampanye bersama influencer lokal untuk memperkenalkan produk Coze Coffee Shop ke audiens yang lebih luas. Kampanye ini berhasil menarik perhatian pelanggan baru dan memperluas jangkauan pasar.  
 Melakukan evaluasi rutin terhadap setiap kampanye pemasaran untuk mengetahui mana yang efektif dan memberikan hasil yang signifikan terhadap peningkatan penjualan dan kepuasan pelanggan.

Sumber: hasil pengolahan *Risk Register*

Mengelola risiko marketing dengan tepat sangat penting bagi Coze Coffee Shop untuk tetap kompetitif di pasar yang dinamis. Dengan menerapkan langkah-langkah mitigasi yang terstruktur dan inovatif, seperti peningkatan penggunaan media sosial, pengembangan produk baru, serta penyesuaian strategi pemasaran berdasarkan analisis data, Coze Coffee Shop dapat mengurangi dampak risiko dan meningkatkan daya saing, loyalitas pelanggan, serta kinerja bisnis secara keseluruhan.

**Risiko Sumber Daya Manusia (SDM)**

**Tabel 7. Risiko SDM**

Unit Kerja	Sumber Daya Manusia
------------	---------------------



<p>Akar Penyebab</p>	<p>Tingginya tingkat turnover karyawan dapat menjadi masalah besar, terutama dalam industri dengan pekerja bergaji harian seperti kedai kopi, yang dapat mengganggu stabilitas operasional.</p> <p>Karyawan yang tidak terlatih dengan baik dapat menghambat kualitas pelayanan, menyebabkan kesalahan dalam proses produksi, dan meningkatkan tingkat keluhan pelanggan.</p> <p>Tidak adanya pengembangan keterampilan kepemimpinan yang efektif di antara manajer dapat mempengaruhi motivasi dan kinerja tim serta menyebabkan ketidakjelasan dalam pembagian tugas.</p> <p>Lingkungan kerja yang tidak nyaman atau kurangnya fasilitas yang memadai dapat mengurangi motivasi karyawan dan meningkatkan tingkat stres.</p> <p>Tanpa adanya sistem penghargaan atau insentif yang memadai, karyawan mungkin tidak merasa dihargai, yang bisa menyebabkan menurunnya produktivitas dan moral kerja.</p>
<p>Indikator Risiko</p>	<p>Jika karyawan sering keluar dan digantikan oleh yang baru, ini menandakan adanya masalah dalam pengelolaan SDM, seperti kondisi kerja yang buruk atau tidak adanya perkembangan karir.</p> <p>Jika karyawan menunjukkan penurunan kinerja dalam hal pelayanan pelanggan, efisiensi kerja, atau ketepatan waktu, ini dapat menunjukkan kekurangan dalam pelatihan atau motivasi.</p> <p>Survei atau feedback dari karyawan yang menunjukkan ketidakpuasan terhadap gaji, manfaat, atau kondisi kerja dapat menjadi indikator adanya masalah dalam pengelolaan SDM.</p> <p>Peningkatan komplain pelanggan terkait pelayanan atau kualitas produk bisa menjadi indikasi bahwa karyawan tidak bekerja dengan optimal atau kurang terlatih.</p> <p>Tingginya tingkat stres atau ketegangan di antara karyawan dapat menunjukkan masalah dalam manajemen sumber daya manusia, terutama dalam hal komunikasi, tugas yang tidak jelas, atau tekanan kerja yang berlebihan.</p>
<p>Internal Control yang telah ada</p>	<p>Coze Coffee Shop telah menetapkan prosedur rekrutmen yang selektif, yang memastikan bahwa karyawan yang bergabung memiliki keterampilan dan sikap yang sesuai dengan budaya perusahaan.</p> <p>Coze Coffee Shop memberikan pelatihan secara rutin untuk meningkatkan keterampilan teknis dan pelayanan pelanggan, serta memperkenalkan produk baru kepada karyawan.</p> <p>Implementasi sistem penilaian kinerja karyawan secara berkala untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan memberikan umpan balik yang konstruktif.</p> <p>Coze Coffee Shop mendorong komunikasi terbuka antara manajer dan karyawan, serta menyediakan platform bagi karyawan untuk memberikan masukan dan umpan balik tentang kondisi kerja dan manajemen.</p> <p>Sistem penghargaan dan insentif berbasis kinerja untuk mendorong karyawan yang berprestasi dan meningkatkan motivasi mereka.</p>
<p>Dampak Kualitatif</p>	<p>Kekurangan pelatihan dan ketidakpuasan karyawan dapat menyebabkan penurunan kualitas pelayanan, yang berdampak pada kepuasan pelanggan dan citra merek.</p> <p>Jika karyawan merasa terbebani dengan tugas yang berlebihan atau kondisi kerja yang buruk, hal ini dapat menyebabkan burnout, menurunnya semangat kerja, dan menurunnya produktivitas.</p> <p>Karyawan yang tidak merasa dihargai atau tidak memiliki peluang pengembangan karir dapat kehilangan motivasi dan semangat kerja, yang berdampak pada kinerja mereka.</p> <p>Kinerja karyawan yang buruk dapat memengaruhi pengalaman pelanggan secara keseluruhan, yang dapat mengurangi loyalitas pelanggan dan membuat mereka beralih ke pesaing.</p>

Sumber: hasil pengolahan *Risk Register*

**Tabel 8. Penanganan Risiko SDM**

<p>Penanganan Risiko</p>	<p>Menyusun program pelatihan yang lebih komprehensif untuk meningkatkan keterampilan teknis dan soft skills karyawan, termasuk pelayanan pelanggan, manajemen waktu, dan keterampilan komunikasi.</p> <p>Membuat program penghargaan berbasis kinerja yang lebih jelas dan menarik untuk meningkatkan motivasi dan loyalitas karyawan.</p> <p>Meningkatkan fasilitas dan kondisi kerja agar lebih nyaman dan mendukung produktivitas karyawan, serta menciptakan atmosfer yang lebih positif di tempat kerja.</p>
--------------------------	--



---

	Implementasi program untuk membantu mengurangi stres kerja, seperti jadwal kerja yang fleksibel, waktu istirahat yang cukup, dan dukungan kesehatan mental bagi karyawan. Mengembangkan komunikasi yang lebih terbuka antara manajemen dan karyawan untuk menciptakan lingkungan kerja yang lebih kolaboratif dan suportif.
Hasil penanganan yang telah dilakukan	Coze Coffee Shop telah melaksanakan pelatihan rutin bagi karyawan, terutama dalam hal keterampilan pelayanan pelanggan dan pengetahuan produk. Hal ini telah meningkatkan kualitas pelayanan dan penguasaan produk di kalangan karyawan. Coze Coffee Shop telah memperkenalkan program insentif berbasis kinerja untuk mendorong karyawan memberikan yang terbaik dalam setiap tugas mereka. Program ini berhasil meningkatkan semangat kerja dan produktivitas karyawan. Perbaikan dalam hal fasilitas kerja, seperti area istirahat yang lebih nyaman dan ruang kerja yang lebih rapi dan terorganisir, telah menciptakan lingkungan kerja yang lebih menyenangkan dan produktif bagi karyawan. Meningkatkan frekuensi pertemuan rutin antara manajer dan karyawan untuk memberikan feedback dan mendengarkan keluhan, sehingga karyawan merasa lebih dihargai dan didengar. Coze Coffee Shop juga mulai mengimplementasikan program pengelolaan stres dengan memberi waktu istirahat yang lebih fleksibel, serta menyediakan pelatihan untuk meningkatkan kesejahteraan mental karyawan.

---

Sumber: hasil pengolahan *Risk Register*

Pengelolaan risiko SDM yang baik sangat penting bagi keberhasilan operasional Coze Coffee Shop. Dengan menerapkan program pelatihan yang efektif, memberikan penghargaan yang jelas, menciptakan lingkungan kerja yang nyaman, dan meningkatkan komunikasi internal, Coze Coffee Shop dapat meminimalkan risiko terkait dengan SDM dan memastikan karyawan dapat memberikan kinerja terbaik mereka. Hasilnya, akan tercipta pengalaman pelanggan yang lebih baik, peningkatan loyalitas pelanggan, dan pertumbuhan yang lebih berkelanjutan bagi bisnis.

Dengan penanganan risiko yang tepat dan penerapan strategi mitigasi yang terencana, Coze Coffee Shop mampu mengelola risiko dengan baik dan mengalami peningkatan kinerja yang signifikan. Strategi mitigasi yang diterapkan meliputi inovasi produk, pemanfaatan media sosial untuk pemasaran, perbaikan pelayanan, serta pengelolaan keuangan dan sumber daya manusia yang lebih efisien. Berikut adalah beberapa indikator kinerja yang menunjukkan dampak positif dari penerapan strategi mitigasi risiko:

#### ***Perubahan Persentase Penjualan***

Setelah implementasi strategi mitigasi, seperti inovasi produk dan pemasaran yang lebih intensif melalui media sosial, penjualan bulanan Coze Coffee Shop mengalami peningkatan sekitar 15-20% dalam enam bulan pertama. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pelanggan yang terus meningkat, terutama setelah adanya promosi yang menarik dan variasi menu baru yang sesuai dengan tren pasar yang berkembang. Peningkatan penjualan ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran dan inovasi produk telah berhasil menarik minat pelanggan baru serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

#### ***Tingkat Kepuasan Pelanggan***

Berdasarkan survei kepuasan pelanggan yang dilakukan setelah penerapan strategi mitigasi, tingkat kepuasan pelanggan meningkat dari 65% menjadi 85%, mencerminkan perbaikan yang signifikan dalam kualitas pelayanan dan konsistensi produk. Peningkatan ini juga terlihat dalam berkurangnya keluhan pelanggan terkait kualitas produk dan waktu tunggu yang sebelumnya lebih lama. Hal ini menandakan bahwa perbaikan operasional dan pengelolaan kualitas produk telah memenuhi harapan pelanggan, yang berujung pada peningkatan loyalitas dan kepuasan mereka.

#### ***Indikator Kinerja Keuangan***

Evaluasi terhadap kinerja keuangan Coze Coffee Shop menunjukkan adanya perbaikan arus kas dengan pengurangan defisit sekitar 10-15% setelah diterapkannya sistem manajemen



keuangan yang lebih efisien serta pengelolaan stok yang lebih terstruktur. Selain itu, diversifikasi produk yang dilakukan juga berkontribusi pada pengurangan ketergantungan terhadap satu jenis produk, yang pada gilirannya meningkatkan stabilitas pendapatan dan mengurangi risiko fluktuasi yang disebabkan oleh perubahan tren pasar.

#### ***Tingkat Loyalitas Pelanggan***

Penerapan program loyalitas yang diintegrasikan dengan promosi melalui media sosial berdampak langsung pada kenaikan tingkat kunjungan ulang pelanggan sebesar 25-30%. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang lebih personal dan berbasis data, serta inovasi produk yang terus menerus, mampu mempertahankan pelanggan lama dan menarik pelanggan baru. Program loyalitas ini berhasil menciptakan hubungan yang lebih kuat antara pelanggan dan Coze Coffee Shop, yang pada akhirnya meningkatkan retensi pelanggan.

#### ***Indikator Kinerja Operasional***

Dengan penerapan SOP yang lebih baik dan pelatihan berkala untuk karyawan, waktu pelayanan di Coze Coffee Shop dapat dipercepat hingga 10-15%, mengurangi keluhan pelanggan terkait keterlambatan pelayanan dan meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Perbaikan operasional ini juga berkontribusi pada efisiensi yang lebih tinggi dalam pengelolaan sumber daya, yang mendukung kelancaran operasional di Coze Coffee Shop.

### **PENUTUP**

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai risiko yang dihadapi oleh Coze Coffee Shop, dapat disimpulkan bahwa kedai kopi ini menghadapi berbagai tantangan yang terkait dengan manajemen risiko, terutama dalam aspek operasional, keuangan, strategi pemasaran, dan sumber daya manusia. Risiko-risiko tersebut, jika tidak dikelola dengan baik, dapat mempengaruhi kelancaran operasional dan keberlanjutan bisnis Coze Coffee Shop. Beberapa langkah mitigasi yang telah diimplementasikan, seperti pelatihan karyawan, pemeliharaan peralatan, penggunaan media sosial yang lebih optimal, dan sistem insentif berbasis kinerja, terbukti membantu mengurangi dampak risiko dan meningkatkan efisiensi operasional. Coze Coffee Shop juga berhasil menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik, yang berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan dan loyalitas mereka. Penanganan yang efektif terhadap risiko SDM, pemasaran, dan operasional memungkinkan Coze Coffee Shop untuk tetap bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat di industri kedai kopi. Dengan terus berfokus pada inovasi produk, pelayanan, dan pengelolaan SDM yang lebih baik, Coze Coffee Shop dapat memperkuat posisi kompetitifnya dan meningkatkan keberlanjutan bisnis jangka panjang.

Berdasarkan temuan PKM, Coze Coffee Shop perlu meningkatkan pengelolaan arus kas dan keuangan untuk memastikan kestabilan finansial yang lebih baik, mengingat fluktuasi harga bahan baku dan ketergantungan pada pembiayaan eksternal. Selain itu, diversifikasi strategi pemasaran dengan memanfaatkan analitik pelanggan dan pemasaran berbasis data dapat membantu menciptakan konten yang lebih relevan dan meningkatkan visibilitas merek. Peningkatan keterampilan kepemimpinan di kalangan manajer juga diperlukan untuk memperbaiki komunikasi internal dan meningkatkan motivasi karyawan. PKM lebih lanjut mengenai inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan dan pertumbuhan bisnis dapat memberikan wawasan untuk meningkatkan daya tarik kedai kopi. Terakhir, Coze Coffee Shop harus mempertimbangkan investasi dalam perbaikan infrastruktur dan fasilitas kerja untuk meningkatkan produktivitas karyawan dan kualitas layanan. Dengan langkah-langkah ini, Coze Coffee Shop dapat beradaptasi dengan perubahan pasar dan meningkatkan daya saingnya di masa depan. Keberlanjutan program PKM setelah masa pendampingan akan dijamin melalui penyusunan rencana bisnis jangka panjang yang mencakup strategi pengelolaan risiko, inovasi produk, dan pemasaran berkelanjutan. Coze Coffee Shop akan dilatih untuk melakukan



pelatihan mandiri bagi karyawan dan membentuk tim pemantauan internal untuk evaluasi kinerja secara rutin. Selain itu, sistem pemantauan kinerja berbasis data akan dibangun untuk memantau perkembangan bisnis, diikuti dengan evaluasi tahunan untuk penyesuaian strategi. Coze Coffee Shop juga akan dijalin kemitraan dengan pihak lain dan melanjutkan program sosial untuk memperkuat hubungan dengan komunitas. Langkah-langkah ini memastikan bisnis tetap berkelanjutan dan dapat beradaptasi dengan perubahan pasar.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alfarizi, M., Lindiasari Samputra, P., & Isnaeni Dwi Arista, N. (2023). Role of entrepreneur's perspective of waste management for coffee shop sustainability. *Problems and Perspectives in Management*, 21(4), 502–515. [https://doi.org/10.21511/ppm.21\(4\).2023.38](https://doi.org/10.21511/ppm.21(4).2023.38)
- Alma, P. S., Triani, E. O., Simanjuntak, F. R., & Wulandari, I. S. (2024). Analisis Strategi Bisnis Umkm The Espresso Embassy. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 4(1), 285–294. <https://doi.org/10.25105/jet.v4i1.18990>
- Antoni, A., & Prasetyo, A. H. (2023). Asesmen Manajemen Risiko Operasional pada Lembaga Publik. *Journal of Management and Business Review*, 20(3), 637–656. <https://doi.org/10.34149/jmbr.v20i3.600>
- Bintang Mahendra Erwandaru, & Bebi Fallahdina Martheriani. (2024). Mengolah Kembali Dudukan Kursi Yang Terletak Di Ueno Coffe Kota Madiun. *Journal of Social and Economics Research*, 5(2), 1708–1719. <https://doi.org/10.54783/jsr.v5i2.251>
- Febrianti, I., & Novita, N. (2021). COSO's Enterprise Risk Management Framework in Agriculture Startup to Support the Achievement of SDGs Pillars. *TIJAB (The International Journal of ...)* <https://www.e-journal.unair.ac.id/TIJAB/article/view/23457>
- Ismoyowati, D., Wuryandani, S., Shinta, A. N., & Amalia, A. R. (2021). Innovation of coffee shop during pandemic COVID-19: Bottled coffee drinks in demand. *E3S Web of Conferences*, 316, 02015. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202131602015>
- Limawan, K., Pangestu, A. P., & Malinda, M. (2023). Penerapan Business Model Canvas dalam Membangun Bisnis Coffee Shop “Two Brothers.” *Seminar Nasional Teknik Dan Manajemen Industri*, 2(1), 136–141. <https://doi.org/10.28932/sentekmi2023.v2i1.149>
- Pangestuti, D. C. (2018). *Manajemen Risiko* (1st ed.). Kresna Bina Insan Prima.
- Pangestuti, D. C., Nastiti, H., Husniati, R., & Sumilir, S. (2024). Pendampingan Pengelolaan Risiko Usaha Mikro Kecil Menengah untuk Keberlanjutan Bisnis. *TAAWUN*, 4(01), 11–33. <https://doi.org/10.37850/taawun.v4i01.527>
- Prabwo, I., & Yuwono, W. (2023). Analisis Perencanaan Manajemen Resiko Bisnis Pada Sales Marketing Otomotif. *Jurnal Bangkit Indonesia*, 12(2), 7–13. <https://doi.org/10.52771/bangkitindonesia.v12i2.235>
- Putra, M. R. A. (2024). Proposed Marketing Strategy to Increase the Sales of Coffee Shop in Banjarmasin (Case Study: Eastland Coffee). *International Journal of Current Science Research and Review*, 07(07). <https://doi.org/10.47191/ijcsrr/V7-i7-05>
- Rahmi, H., Andrean, K., & Hasibuan, A. (2024). Optimalisasi Manajemen Risiko untuk Keberlanjutan Perusahaan Industri di Era Digital. *Factory Jurnal Industri, Manajemen Dan Rekayasa Sistem Industri*, 3(1), 37–40. <https://doi.org/10.56211/factory.v3i1.559>
- Rini Dianti Fauzi, Katty Anggraini, & Sewaka. (2024). Fenomena Budaya Ngopi di Coffe Shop Sebagai Bentuk Komunikasi Baru di Kalangan Ibu-Ibu Muda. *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang*, 11(2), 294–301. <https://doi.org/10.32493/sekretarisskr.v11i2.42303>
- Rosyiidiani, T. S., & Widya, A. S. (2021). Branding Coffe Shop With Islamic Values As Marketing Communication Strategy Across Social Media Platform. *Journal Research of Social Science, Economics, and Management*, 1(2), 182–188.



<https://doi.org/10.59141/jrssem.v1i2.8>

- Simamora, V., & Sulistianingsih, I. (2022). The Role of Innovation and Information Technology Capabilities in Increasing the Competitive Advantage of MSMEs Coffee Shops in Jakarta. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal)*. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i2.5530>
- Sumara, R. (2024). Integrating SWOT Analysis and Business Model Canvas: A Strategic Approach for Indonesian Coffee Shops. *ECo-Buss*, 7(1), 588–598. <https://doi.org/10.32877/eb.v7i1.1530>
- Utami, E. Y., Fatchuroji, A., Kartika Devi, E., Harsono, I., & Sutanto, H. (2024). Analisis Korelasi Manajemen Risiko dan Ketahanan Bisnis terhadap Keunggulan Kompetitif Perusahaan Sektor Jasa di Indonesia. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 2(02), 92–102. <https://doi.org/10.58812/smb.v2i02.367>
- Valentina, G., & Leng, P. (2021). Manajemen Risiko: Insiden Kritis Akibat COVID-19 pada Kedai Makanan di Sekitar Kampus Universitas Kristen Petra Surabaya. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(2), 7–16. <https://doi.org/10.35130/jrimk.v5i2.224>
- Widawati, C. D., Sebayang, K. D. A., & M, S. (2022). Business Development Strategy Of Small And Medium Enterprises During Covid-19 Condition In The Coffee Shop Culinary Industry Sector In Bogor City. *Marginal : Journal Of Management, Accounting, General Finance And International Economic Issues*, 1(4), 65–78. <https://doi.org/10.55047/marginal.v1i4.298>
- Wiputra, K. , A. G. , & D. A. (2022). The Influence of Brand Ambassador, Brand Image, Product Quality, and Price on Purchasing Decisions at Rumah Kopi Renon. *Agribusiness Journal*, 5(1). <https://doi.org/10.31327/aj.v5i1.1721>