

ANALISIS MANAJEMEN RISIKO USAHA (STUDI KASUS BURGERCHILL)

**Anugerah Tirta Kenanga Unggul Mitra Mandiri¹, Arya Budi Saputra²,
Muhammad Mufti Abdullah³, Nahda Nabilaturrahma⁴, Najla Khairunnisa⁵, Rian
Ardiansah⁶, Syti Sarah Maesaroh⁷**

¹²³⁴⁵⁶⁷ *Bisnis Digital, Universitas Pendidikan Indonesia.*

*e-mail: tirtakenanga65@gmail.com

ABSTRACT

Burgechill is one of the SMEs in the city of Bandung, founded by Dzaky Muhammad Abdullah Rahim and Naufal Muhammad Abdullah Rahim. Burgerchill itself sells home made burgers and has a mini burger concept. As the name implies, namely Burgerchill or small burgers for chill, with the tagline "One is not enough". The essence of this research is to find out the sources of risk that exist in burgerchill companies and analyze the causes and ways of mitigating the risks that occur. The research method used is descriptive qualitative analysis method and risk identification using the cause effect analysis (fishbone) method. The conclusion obtained is that there are four sources of risk where human resource risk is the risk with the highest score and has an impact on the company's operations. Then other risks such as operational, financial and market are a threat and should be watched out for in the future

Keyword: : Risk Management, Fishbone, Probability Index Matrix.

ABSTRAK

Burgechill merupakan Salah satu UMKM di Kota Bandung, didirikan oleh Dzaky Muhammad Abdullah Rahim dan Naufal Muhammad Abdullah Rahim. Burgerchill sendiri menjual makanan *home made* burger dan berkonsep burger yang berukuran mini. Sesuai dengan namanya, yaitu Burgerchill atau Burger kecil untuk *chill*, dengan taglinenya adalah "Gak cukup satu". Esensi dari penelitian ini untuk mengetahui sumber risiko yang ada pada perusahaan Burgerchill dan menganalisis penyebab dan cara penanggulangan risiko yang terjadi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis kualitatif deskriptif dan identifikasi risiko menggunakan metode *cause effect analysis (fishbone)*.

Kata Kunci: Manajemen Risiko, Fishbone, Probability Index Matrix.

PENDAHULUAN

Indonesia dikenal sebagai negara paling suka ngemil. Bahkan President Director Mondelez Indonesia-Saschin Prasad mengatakan, 77% orang Indonesia lebih banyak mengonsumsi camilan daripada makanan berat setiap harinya, yang mana data ini didapat berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan oleh The Harris Poll, dengan responden berumur 18 tahun ke atas (Sutiawan, 2019). Fakta juga menunjukkan bahwa sebagian generasi millennial berpendapat bahwa ngemil atau mengonsumsi makanan ringan adalah sebuah rutinitas harian yang harus dilakukan.

Dengan tingkat konsumsi camilan di kalangan masyarakat Indonesia termasuk dalam kategori tinggi, menimbulkan semakin banyaknya usaha kuliner yang bermunculan, khususnya pada kota-kota besar. Mengutip data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada Juni 2022, terdapat 11.223 usaha kuliner yang tersebar di seluruh Indonesia pada tahun 2020 (Angelia, 2020). Menteri keuangan Sri Mulyani mengatakan “Berdasarkan data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, kuliner sebagai sub sektor penyumbang PDB terbesar dari ekonomi kreatif, rata-rata tiap tahun sekitar 43% dari total PDB ekonomi kreatif” (T.Rahmawati, 2021). Namun dengan adanya fakta tersebut, tidak dapat dipungkiri bahwa kendala yang perlu diperhatikan bagi usaha kuliner ialah persaingan antara pelaku usaha. Salah satu kota di Indonesia yang telah dikenal dengan wisata kuliner yang beragam ialah kota Bandung. Mulai dari rumah makan, restoran waralaba, kafe hingga pujasera.

Sehubungan dengan hal tersebut, usaha kuliner yang menjadi topik penelitian kami yaitu Burgerchill. Salah satu UMKM di Kota Bandung yang telah ada sejak 14 juni 2020, menjual makanan home made burger yang terbuat dari bahan pilihan berkualitas, harga yang terjangkau, serta pilihan varian rasa yang beragam. *Owner* Burgerchill sendiri merupakan sepasang saudara kembar bernama Naufal Muhammad Abdullah Rahim dan Dzaky Muhammad Abdullah Rahim, yang saat ini berusia 20 tahun dan merupakan mahasiswa Universitas Padjadjaran. Keduanya beranggapan bahwa orang Indonesia sulit untuk menerima burger sebagai makanan utama, sehingga Burgerchill memiliki konsep yang berbeda, yaitu burger berukuran mini. Sesuai dengan namanya, yaitu Burgerchill atau Burger Kecil, dengan taglinenya adalah “Gak cukup satu”. Adapun konsep yang mereka gunakan untuk melakukan promosi pada masa baru memulai usaha adalah dengan menggunakan konsep sederhana, yaitu melalui sosial media dengan sistem pre-order. Kemudian terus berkembang hingga saat ini telah memiliki dua *outlet offline* pada Jalan Hayam Wuruk No.30 Bandung yang berkolaborasi dengan @kawankopi.co dan pada Jalan Pelajar Pejuang 45 No.58 Bandung yang berkolaborasi dengan @mutual.an.

Selama dua tahun perjalanan Burgerchill dalam menjalankan industri kuliner produk burger di kota Bandung tentu ada banyak pesaing, baik dari brand burger lokal maupun brand burger asing. Oleh karena itu, tentunya hal ini dapat menjadi salah satu ancaman bagi keberlangsungan usaha restoran Burgerchill. Melihat potensi Burgerchill yang akan terus berkembang, kedua *owner* Burgerchill pun menyadari bahwa dalam menjalankan sebuah

bisnis tentu akan diiringi oleh risiko-risiko. Adanya persaingan tersebut menjadikan setiap pelaku usaha sebaiknya melakukan pengelolaan bisnis dengan memperhatikan manajemen risiko yang tepat agar dapat bertahan dalam persaingan pasar yang ada. Dalam hal ini, kemudian ditemukanlah beberapa risiko yang dialami oleh Burgerchill, mulai dari risiko manajemen operasional, risiko manajemen SDM, risiko keuangan, dan risiko pasar. Oleh karena itu, diperlukan manajemen risiko yang baik dalam pengelolaannya. Berdasarkan beberapa uraian yang telah disebutkan sebelumnya, maka penulis melakukan penelitian terkait bidang manajemen risiko dengan judul “Analisis Manajemen Risiko Usaha Studi Kasus Burgerchill”.

METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif deskriptif. Dalam pelaksanaannya penggunaan metode analisis kualitatif deskriptif ini guna mendeskripsikan risiko yang terjadi dari perusahaan atau UMKM tersebut. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian berdasarkan filosofi postpositivisme, digunakan untuk belajar kondisi material alam, di mana peneliti adalah instrumen sentral dan teknologi. Menurut Sugiyono (2019), metode penelitian kualitatif seringkali diperlukan metode penelitian naturalistik karena penelitian dilakukan dalam kondisi yang berbeda lingkungan alami.

Teknik pengumpulan data dilakukan secara wawancara dengan salah satu pemilik Burgerchill terkait permasalahan yang terjadi di masa lalu atau di kemudian hari. Masalah yang ditemukan kemudian diidentifikasi menggunakan metode *fishbone* untuk menemukan akar-akar masalah atau risiko tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Risiko

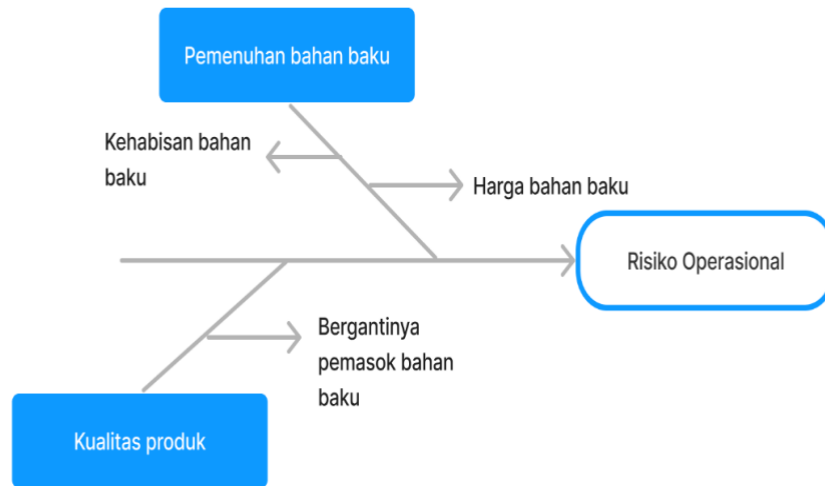
Semua usaha apapun tidak asing lagi dengan cobaan dan masalah yang tentunya akan dihadapi selama proses usaha itu berkembang. Apalagi UMKM yang usaha atau tingkatan bisnisnya masih di tingkat kecil. Hal-hal ketidakpastian seperti risiko pasti akan memiliki dampak buruk terhadap bisnis apabila kita tidak bisa mengelola risiko tersebut. Langkah awal untuk melakukan pengelolaan risiko itu adalah mengidentifikasi risikonya terlebih dahulu. Identifikasi risiko ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui akar penyebab yang kemungkinan bisa terjadi pada usaha Burgerchill. Proses identifikasi berfungsi untuk mengetahui kejadian berdasarkan sumber risikonya.

Diketahui faktor risiko pada usaha Burgerchill ini diantaranya risiko operasional, risiko sumber daya manusia, risiko keuangan, dan risiko pasar. Hasil identifikasi risiko yang digunakan digambarkan dengan menggunakan metode diagram *fishbone*. Menurut Gasper, V (2002), Analisis *fishbone* adalah suatu pendekatan yang dilakukan agar analisis lebih

terperinci untuk menemukan akar penyebab masalah, ketidaksesuaian, dan kesenjangan yang ada. Berikut identifikasi sumber risiko yang dialami Burgerchill:

1. Risiko Operasional

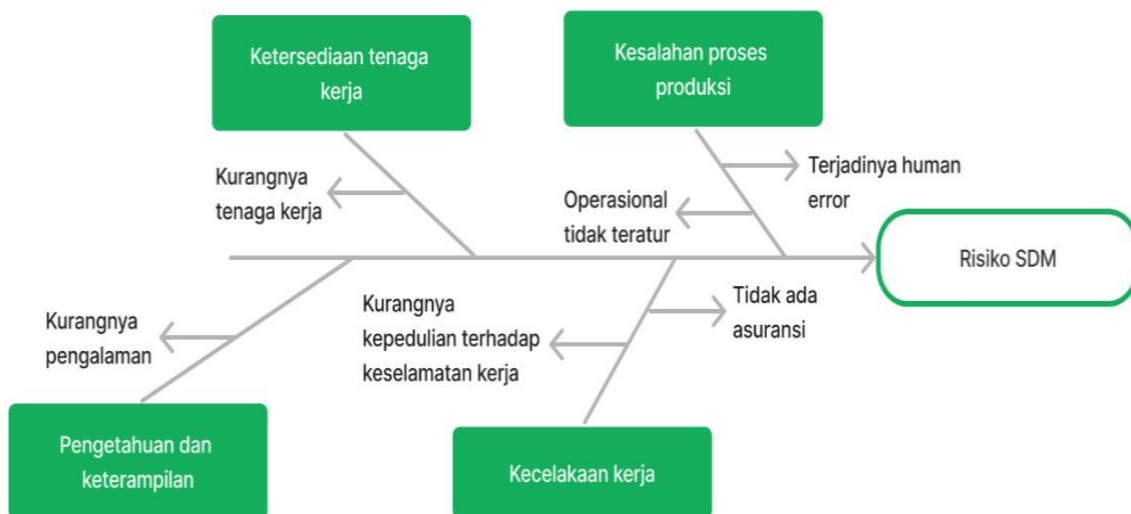
Risiko operasional bersumber dari kerusakan, pemenuhan bahan baku, dan kualitas produk.



Gambar 1. Risiko operasional

2. Risiko Sumber Daya Manusia

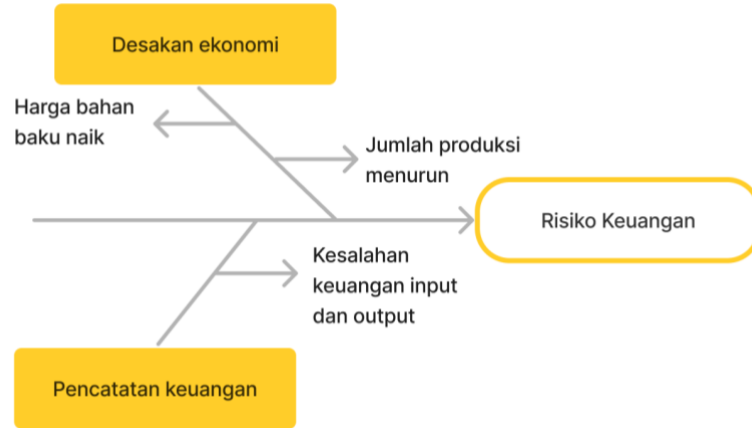
Risiko sumber daya manusia bersumber dari kesalahan proses produksi, ketersediaan tenaga kerja, kecelakaan kerja dan pengetahuan dan keterampilan.



Gambar 2. Risiko sumber daya manusia

3. Risiko Keuangan

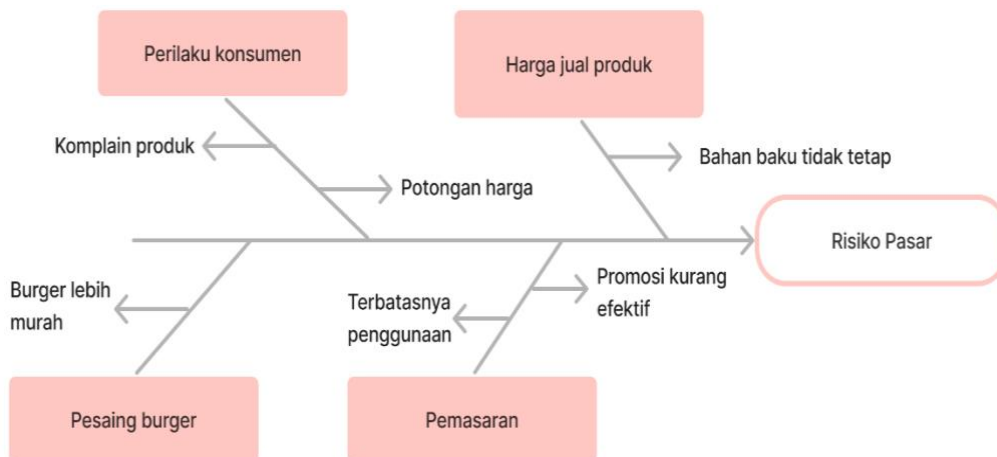
Risiko keuangan bersumber dari desakan ekonomi dan pencatatan keuangan.



Gambar 3. Risiko keuangan

4. Risiko Pasar

Risiko pasar bersumber dari harga jual produk, perilaku konsumen, pemasaran, pesaing burger.



Gambar 4. Risiko pasar

Pengukuran Risiko Menggunakan Metode PIM

Setelah proses identifikasi masalah menggunakan teknik *fishbone*, tahapan selanjutnya adalah pengukuran risiko guna mengetahui tingkat keparahan risiko yang dialami oleh Burgerchill sehingga dapat ditentukan prioritas risiko dan relevansi risiko terhadap kondisi saat ini (Saryanto dkk., 2021). Pada penelitian ini, pengukuran risiko menggunakan metode PIM (*Probability Impact Matrix*) dengan memberikan penilaian terhadap probabilitas dari

sumber risiko dan dampak yang ditimbulkan (Sufa'atin, 2017). Kemudian risiko yang telah diukur diklasifikasikan berdasarkan tingkat risiko menggunakan rumus berikut:

$$\text{Risk score} = \text{Probability} \times \text{Impact}$$

Dimana:

Risk score = Tingkat kepentingan risiko

Probability = Nilai kemungkinan risiko terjadi

Impact = Nilai dampak risiko terjadi

Terdapat kategori nilai *severity index* untuk *probability* dan *impact* (Sopiyah & Isyah Salimah, 2020).

Tabel 1. Kategori Nilai *Severity Index* Untuk Frekuensi (*Probability*)

| No | Kategori | Nilai Presentase SI | Nilai |
|----|--------------------|------------------------------|-------|
| 1 | Sangat Sering (SS) | $87.5\% \leq SI \leq 100\%$ | 5 |
| 2 | Sering (S) | $62.5\% \leq SI \leq 87.5\%$ | 4 |
| 3 | Cukup (C) | $37.5\% \leq SI \leq 62.5\%$ | 3 |
| 4 | Jarang (J) | $12.5\% \leq SI \leq 37.5\%$ | 2 |
| 5 | Sangat Jarang (SJ) | $0.00\% \leq SI \leq 12.5\%$ | 1 |

Tabel 2. Kategori Nilai *Severity Index* Untuk Dampak

| No | Kategori | Nilai Presentase SI | Nilai |
|----|-------------------|------------------------------|-------|
| 1 | Sangat Besar (SB) | $87.5\% \leq SI \leq 100\%$ | 5 |
| 2 | Besar (B) | $62.5\% \leq SI \leq 87.5\%$ | 4 |
| 3 | Sedang (S) | $37.5\% \leq SI \leq 62.5\%$ | 3 |
| 4 | Kecil (K) | $12.5\% \leq SI \leq 37.5\%$ | 2 |
| 5 | Sangat Kecil (SK) | $0.00\% \leq SI \leq 12.5\%$ | 1 |

Tabel 3. Nilai *Severity Index* Untuk Frekuensi Probabilitas dan Dampak Serta Kategori Risiko

| No | Variabel/ Faktor - Faktor Risiko | Probabilitas | | Dampak | | Tingkat Risiko | |
|--------------------------------------|-------------------------------------|--|-------|----------|-------|-------------------|----|
| | | Kategori | Nilai | Kategori | Nilai | | |
| A. Risiko Operasional | | | | | | | |
| 1 | Pemenuhan bahan baku | a. Kehabisan bahan baku | C | 3 | S | 3 | 9 |
| | | b. Harga bahan baku | S | 4 | S | 3 | 12 |
| 2 | Kualitas produk | a. Bergantinya pemasok bahan baku | J | 2 | K | 2 | 4 |
| B. Risiko Sumber Daya Manusia | | | | | | | |
| 1 | Kesalahan produk | a. Terjadinya human error | J | 2 | S | 3 | 6 |
| | | b. Operasional tidak teratur | C | 3 | S | 3 | 9 |
| 2 | Ketersediaan tenaga kerja | a. Kurangnya tenaga kerja | S | 4 | SB | 5 | 20 |
| 3 | Kecelakaan kerja | a. Kurangnya kepedulian terhadap keselamatan kerja | C | 3 | SK | 1 | 3 |
| | | b. Tidak ada asuransi | SS | 5 | S | 3 | 15 |
| 4 | Pengetahuan dan keterampilan | a. Kurangnya pengalaman | C | 3 | S | 3 | 9 |
| C. Risiko Keuangan | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|------------------------|---------------------|--|----|---|----|---|----|
| 1 | Desakan ekonomi | a. Harga bahan baku naik | C | 3 | B | 4 | 12 |
| | | b. Jumlah produksi menurun | C | 3 | S | 3 | 9 |
| 2 | Pencatatan keuangan | a. Kesalahan keuangan <i>input</i> dan <i>output</i> | C | 3 | B | 4 | 12 |
| D. Risiko Pasar | | | | | | | |
| 1 | Harga jual produk | a. Bahan baku tidak tetap | J | 2 | SB | 5 | 10 |
| 2 | Perilaku konsumen | a. Komplain produk | J | 2 | K | 2 | 4 |
| | | b. Potongan harga (pelanggan akan lebih banyak dibandingkan saat harga normal) | SS | 5 | B | 4 | 20 |
| 3 | Pemasaran | a. Terbatasnya penggunaan media sosial | C | 3 | SB | 5 | 15 |
| | | b. Promosi kurang efektif (sponsor event) | J | 2 | S | 3 | 6 |
| 4 | Pesaing burger | a. Burger lebih murah tetapi kuantitasnya sama | J | 2 | S | 3 | 6 |

| | | | | | | | |
|--------------|----|---|--------|------|----------------------------|------------|------|
| Probabilitas | SS | 5 | | | B3.b | D2.b | |
| | S | 4 | | | A1.b | | B2.a |
| | C | 3 | B3.a | | A1.a; B1.b; B4.a; C1.b; | C1.a; C2.a | D3.a |
| | J | 2 | | A2.a | B1.a; D3.b; D4.a | D2.a | D1.a |
| | SJ | 1 | | | | | |
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | | SK | K | SB | B | SB |
| | | | Dampak | | | | |

■ Risiko tinggi

■ Risiko Sedang

■ Risiko Rendah

Gambar 5. *Probability Index Matrix*

Penanganan atau Mitigasi Risiko

Setelah pengukuran risiko menggunakan metode PIM (*Probability Index Matrix*), langkah berikutnya adalah melakukan penanganan risiko dengan memberikan solusi terhadap masalah yang dialami. Penanganan risiko dimulai dari tingkat risiko tertinggi ke tingkat risiko rendah. Tindakan penanganan dari setiap variabel atau faktor-faktor risiko dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Mitigasi Risiko Pada Variabel/Faktor-Faktor Risiko

| Kode Risiko | Tingkat Risiko | Risk Response (Penanganan Terhadap Risiko) |
|-------------|----------------|--|
| B2.a | Tinggi | - Merekrut kembali tenaga kerja yang sesuai dengan bidangnya |
| B3.b | Tinggi | - Dianjurkan untuk membuat asuransi agar ketika terjadinya hal buruk, penggantian kerugian tidak terlalu besar. - Memberi jaminan keselamatan lebih kepada karyawan agar merasa aman ketika bekerja. - Membuat atau memfasilitasi alat pelindung diri. |
| C1.a | Tinggi | - Mencari bahan baku berbeda tetapi dengan harga dan kualitas yang setara - Mengurangi kualitas sementara sampai harga bisa normal kembali |

| | | |
|------|--------|---|
| C2.a | Tinggi | <ul style="list-style-type: none"> - Membuat laporan keuangan yang tersusun secara rapih - Mempelajari lebih lanjut mengenai pembuatan laporan keuangan agar tidak terjadinya kesalahan yang sama. - Selalu mencatat di noted ketika sedang ada pengeluaran yang harus dibayarkan secara mendadak. |
| D1.a | Tinggi | <ul style="list-style-type: none"> - Menyiapkan stok barang lebih ketika harga dipasar akan mulai naik. - Membuat menu paket untuk mendapatkan keuntungan yang sama. - Menurunkan sedikit keuntungan. |
| D2.b | Tinggi | <ul style="list-style-type: none"> - Membuat menu yang harganya sesuai dengan produk. - Memberikan sebuah strategi marketing paket pembelian. |
| D3.a | Tinggi | <ul style="list-style-type: none"> - Merekrut karyawan yang mempunyai skill penggunaan sosial media - Eksplorasi lebih mengenai sosial media terutama untuk strategy marketing |
| A1.a | Sedang | <ul style="list-style-type: none"> - Perbaiki Manajemen persediaan bahan baku. - Membeli bahan baku lebih untuk meminimalisir kehabisan bahan baku. - Penyesuaian kembali data catatan bahan baku sesuai keadaan |
| A1.b | Sedang | <ul style="list-style-type: none"> - Mencari substitusi bahan baku. - Mengurangi spesifikasi bahan baku. - Membeli bahan baku dengan merk berbeda tetapi |
| B1.a | Sedang | <ul style="list-style-type: none"> - Selalu konsentrasi dan fokus terhadap apa yang sedang dikerjakan. - <i>Cross Check</i> barang yang telah di produksi agar tidak terjadinya kesalahan. - Meningkatkan kembali pelatihan pembuatan produksi. |
| B1.b | Sedang | <ul style="list-style-type: none"> - Mencari bahan baku berbeda tetapi dengan harga dan kualitas yang setara - Mengurangi kualitas sementara sampai harga bisa normal kembali |
| B4.a | Sedang | <ul style="list-style-type: none"> - Merekrut karyawan yang sebelumnya sudah berpengalaman dibidangnya. - Memberikan pelatihan kepada karyawan sesuai dengan yang kita inginkan. |
| C1.b | Sedang | <ul style="list-style-type: none"> - Pemotongan harga atau diskon pada produk yang mengalami penurunan. - Melihat dan mempelajari pasar penjualan dan menyesuaikan |

| | | |
|------|--------|---|
| | | dengan keadaan saat itu. |
| | | - Tingkatkan penggunaan promosi pada sosial media. |
| D2.a | Sedang | <ul style="list-style-type: none"> - Mencari referensi produk agar terus bervariasi. - Selalu sesuai dengan bahan baku yang dianjurkan agar produk masih terjaga kualitasnya - Membuat salah satu menu pembeda yang menjadi ciri khas produk tersebut. |
| D3.b | Sedang | <ul style="list-style-type: none"> - Beralih menggunakan sosial media yang jangkauannya lebih luas. - Memberikan batasan dana terhadap sponsor event (disesuaikan dengan konsep acara yang ada). - Menggunakan strategy endorsment kepada food vlogger atau selebgram. |
| D4.a | Sedang | <ul style="list-style-type: none"> - Menyesuaikan kembali harga yang ada dipasaran. - Membuat menu atau isian yang berbeda. - Tidak mengambil keuntungan lebih yang tidak sesuai dengan menu. |
| A2.a | Rendah | <ul style="list-style-type: none"> - Mencari dan Menyiapkan pemasok pengganti sesuai dengan spesifikasi bahan baku. |
| B3.a | Rendah | <ul style="list-style-type: none"> - Memberikan arahan terkait kebiasaan-kebiasaan yang dilakukan pada jam kerja agar terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan. - Membuat aturan atau peringatan terkait barang yang memiliki potensi menyebabkan musibah. |

Setelah mengetahui tabel dari nilai probabilitas dan dampak langkah berikutnya yaitu memetakan ketiga poin tersebut kedalam *Probability Index Matrix*. *Probability Index Matrix* yang berada pada tabel 4 berfungsi untuk memilah risiko yang sesuai dengan tingkatannya. Tingkat risiko tinggi memiliki indeks berwarna merah, risiko dengan tingkat sedang memiliki indeks berwarna hijau, dan risiko tingkat rendah dengan indeks berwarna kuning. Setelah melakukan pengelompokan berdasarkan risiko tertentu maka didapat tujuh risiko tertinggi dengan kode risiko B2.a, B3.b, C1.a, C2.a, D1.a, D2.b dan D3.a. Pada tingkat tertinggi ditunjukkan pada kode risiko B2.a dan D2.b keduanya memiliki *risk score* (20) dengan penyebab risiko kurangnya tenaga kerja dan potongan harga (pelanggan akan lebih banyak dibandingkan saat harga normal), artinya kurangnya tenaga kerja menjadi hal yang paling besar dalam sebuah bisnis terlebih untuk membantu suatu produk bisa beroperasi. Bahkan, potongan harga memiliki peran yang andil besar juga karena menyangkut dengan strategi marketing yaitu bagaimana caranya suatu produk bisa terjual dengan sangat banyak ketika adanya suatu promo atau diskon. Sembilan risiko yang termasuk kedalam indeks sedang

dengan kode risiko A1.a, A1.b, B1.a, B1.b, B4.a, C1.b, D2.a, D3.b, dan D.4a. Dua risiko yang memiliki indeks rendah dengan kode risiko A2.a dan B3.a. Total risiko terendah ditunjukkan pada kode risiko B3.a dengan *risk score* (3) yaitu kurangnya kepedulian terhadap keselamatan kerja, poin tersebut memiliki indeks kecil artinya para pegawai selalu memiliki rasa kepedulian terhadap keselamatannya meskipun tidak adanya asuransi.

KESIMPULAN

Hasil dari identifikasi menyatakan bahwa risiko tertinggi dalam UMKM Burgerchill adalah risiko sumber daya manusia. Adapun masalah yang kerap terjadi dalam manajemen SDM adalah ketersediaan ketenagakerjaan dimana banyak dari karyawan yang tiba-tiba berhenti tanpa kabar dan terpaksa *owner* dari Burgerchill harus ikut turun tangan dalam hal produksi. Dari permasalahan tersebut tentunya dapat dihindari dengan cara merekrut kembali tenaga kerja yang memang kompeten di bidangnya, seperti merekrut karyawan lulusan dari tata boga ataupun yang memiliki *basic skill* dalam bidang memasak dan juga tahu betul dalam menggunakan peralatan produksi. Solusi kedua adalah dengan memberikan jaminan keselamatan dan memberikan kesan aman kepada para karyawan pada saat proses produksi burger dengan menyiapkan seragam *chef* yang layak, kotak P3K dan juga APAR apabila terjadi kebakaran. Terakhir adalah dengan mulai mengatur jam operasional karyawan yang lebih teratur dan peraturan yang tegas bagi semua karyawan, hal ini mengurangi dampak buruk terhadap kebiasaan karyawan apabila pada saat tidak ada pelanggan untuk tetap bisa bersikap profesional dan siap melayani pelanggan. Tentunya bukan hanya risiko sumber daya manusia saja yang harus diragukan dan diperhatikan namun risiko-risiko lainnya juga harus dicegah ataupun diwaspadai karena hal tersebut tentunya berpengaruh terhadap keberlangsungan kedepannya bagi perusahaan Burgerchill sendiri.

REFERENSI

- Angelia, D. (2022, Juni 22). *Usaha Kuliner di Indonesia dalam Bingkai Statistik*. Retrieved 11 15, 2022, from Good Stats: <https://goodstats.id/article/lebih-dari-10000-usaha-kuliner-ada-di-indonesia-bagaimana-statistiknya-OTIU5>
- T.Rahmawati, W. (2021, 03 28). *Sri Mulyani: Industri kuliner jadi penyumbang terbesar pertumbuhan ekonomi kreatif*. Retrieved 11 15, 2022, from Nasional Kontan: <https://nasional.kontan.co.id/news/sri-mulyani-industri-kuliner-jadi-penyumbang-terbesar-pertumbuhan-ekonomi-kreatif>
- Kurniawan, Z. (2018). ANALISIS DAN PENENTUAN PRIORITAS PENCEGAHAN MASALAH MENGGUNAKAN FAILURE MODE AND EFFECT ANALYSIS DAN CAUSE AND EFFECT ANALYSIS PADA PROSES BISNIS PENGAJUAN PROPOSAL PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA (PKM) (STUDI KASUS : UNIVERSITAS BRAWIJAYA MALANG). *Jurnal UB*, 19-21.

- Susan, E. (2019). MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA. Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, 954.
- Gaspers, V. 2002. Total Quality Management, Cetakan Kedua, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- G. N. F. Kusmayadi, “Analisis Pelayanan Jasa Dengan Model Service Quality Dan Ishikawa Diagram Pada Pt Qiblat Tour Bandung,” Pros. Manaj., Vol. 5, No. 1, Pp. 354–359, 2019.
- Saryanto, Rochmi, A., Hatidja, S., Ali, N., Degita, A., Wardhana, A., Niar, H., Christianty, R., Thaha, S., Setiawati, Martono, A., Ansari, Safii, ,Mohamad, & Rahima, P. (2021). *MANAJEMEN RISIKO (PRINSIP DAN IMPLEMENTASI)* (Hartini, Ed.). MEDIA SAINS INDONESIA.
<https://www.researchgate.net/publication/358138081> Identifikasi dan Pengukuran Resiko