

Strategi Manajemen Risiko Dalam Meningkatkan Return Perusahaan Start-Up Di Era Ekonomi Digital

Hengki Jayeng Pambudi¹, Yano Andriyanto²

^{1,2}Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia

Email: ¹hengki.jp@gmail.com

Abstrak

Dalam era ekonomi digital yang berkembang pesat, perusahaan start-up menghadapi tantangan yang kompleks terkait manajemen risiko. Perusahaan-perusahaan baru ini seringkali beroperasi dalam lingkungan yang berisiko tinggi, termasuk persaingan yang intensif, perubahan teknologi yang cepat, dan ketidakpastian pasar. Tujuan penelitian ini adalah untuk menyelidiki strategi manajemen risiko yang efektif dalam meningkatkan return perusahaan start-up di era ekonomi digital. Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yakni dengan studi literatur. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa risiko utama yang dihadapi start-up di era ekonomi digital adalah risiko teknologi, risiko pasar, dan risiko keuangan. Strategi manajemen risiko yang efektif untuk meningkatkan return perusahaan start-up meliputi identifikasi dan penilaian risiko yang tepat, implementasi strategi mitigasi risiko yang efektif, pemantauan dan evaluasi risiko secara berkala. Rekomendasi untuk start-up dalam mengembangkan strategi manajemen risiko yang efektif diantaranya adalah membangun budaya sadar risiko dalam perusahaan, menginvestasikan waktu dan sumber daya untuk manajemen risiko, dan memanfaatkan teknologi untuk membantu manajemen risiko.

Kata Kunci: Manajemen Risiko, Return, Start-up

Abstract

In the era of the rapidly developing digital economy, start-up companies face complex challenges related to risk management. These new companies often operate in high-risk environments, including intense competition, rapid technological change, and market uncertainty. The aim of this research is to investigate effective risk management strategies in increasing start-up company returns in the digital economy era. This research will use a qualitative approach. The data collection technique in this research is literature study. The data that has been collected is then analyzed through the stages of data reduction, data presentation and drawing conclusions. The research results show that the main risks faced by start-ups in the digital economy era are technological risk, market risk and financial risk. Effective risk management strategies to increase start-up company returns include appropriate risk identification and assessment, implementation of effective risk mitigation

How to cite: Hengki Jayeng Pambudi¹, Yano Andriyanto² (2024) Strategi Manajemen Risiko Dalam Meningkatkan Return Perusahaan Start-Up Di Era Ekonomi Digital, (6) 3, <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v6i3.3105>
E-ISSN: [2684-883X](https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v6i3.3105)
Published by: [Ridwan Institute](https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v6i3.3105)

strategies, regular risk monitoring and evaluation. Recommendations for start-ups in developing an effective risk management strategy include building a risk-aware culture within the company, investing time and resources in risk management, and utilizing technology to assist risk management.

Keywords: *Risk Management, Return, Start-up*

PENDAHULUAN

Di era ekonomi digital yang dinamis, persaingan menjadi sangat ketat terutama di antara perusahaan startup. Seiring dengan kemajuan teknologi dan penetrasi internet yang semakin luas, *barrier to entry* (hambatan masuk) untuk industri di era digital semakin rendah (Setiawan, 2018). Hal ini memungkinkan banyak perusahaan startup baru bermunculan dengan cepat, menciptakan pasar yang ramai dengan beragam pemain. Persaingan yang ketat ini terjadi karena setiap perusahaan startup berusaha untuk mendapatkan perhatian pelanggan, merebut pangsa pasar, dan mengalahkan pesaing lainnya.

Perusahaan startup menghadapi tantangan yang kompleks karena beroperasi dalam lingkungan yang berisiko tinggi. Perusahaan startup juga harus menghadapi perubahan teknologi yang cepat. Di era digital yang terus berkembang, teknologi baru muncul dengan cepat, dan perusahaan startup harus dapat beradaptasi dengan perubahan ini untuk tetap relevan dan bersaing secara efektif. Perusahaan harus selalu berada di garis depan inovasi dan memanfaatkan teknologi terbaru untuk meningkatkan produk dan layanan mereka (Hartatik et al., 2023).

Ketidakpastian pasar juga menjadi tantangan besar bagi perusahaan startup. Pasar bisa berubah dengan cepat, dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti tren konsumen, perubahan kebijakan, atau bahkan peristiwa global (Judijanto et al., 2024). Perusahaan startup harus mampu merespons ketidakpastian ini dengan cepat dan fleksibel agar dapat mengatasi tantangan yang muncul sehingga perusahaan dapat berlanjut. Keberlanjutan bisnis ini dapat diukur salah satunya yakni dengan return. Return perusahaan mengacu pada keuntungan atau laba bersih yang dihasilkan oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu (Muria, 2018). Oleh karena itu perusahaan startup perlu melakukan manajemen risiko untuk meningkatkan return perusahaan.

Manajemen risiko adalah proses identifikasi, evaluasi, dan penanganan risiko yang terkait dengan suatu kegiatan atau proses dalam organisasi. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi potensi ancaman atau peluang yang dapat mempengaruhi pencapaian tujuan organisasi, serta mengambil langkah-langkah untuk mengelola risiko tersebut sesuai dengan toleransi risiko yang ditetapkan (Munawwaroh, 2017). Proses manajemen risiko melibatkan langkah-langkah seperti identifikasi risiko, penilaian risiko, pengembangan strategi mitigasi risiko, pelaksanaan tindakan pencegahan, dan pemantauan serta pengendalian risiko secara berkelanjutan. Manajemen risiko tidak hanya berkaitan dengan menghindari risiko negatif,

tetapi juga mencakup pengelolaan peluang untuk mencapai hasil yang diinginkan (Valena, 2018).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pamungkas dan Prasetyo, mengemukakan bahwa hasil identifikasi risiko menemukan 36 risiko muncul di proses bisnis perusahaan antara lain: 7 risiko keamanan informasi & teknologi, 7 risiko finansial, 2 risiko operasional, 8 risiko sumber daya manusia, 4 risiko pencapaian kinerja, 6 risiko citra/reputasi, dan 4 risiko *legal*. Analisa dan pemetaan risiko yang dilakukan mengidentifikasi 16 risiko (44%) dari 36 risiko berada di atas dari toleransi risiko yang ada. Proses mitigasi risiko dilakukan untuk 16 risiko ini dengan hasil opsi perlakuan risiko : *risk sharing* 5 risiko, *risk reduce* 8 risiko, dan *risk acceptance* 3 risiko dan berada di bawah batas toleransi risiko (Pamungkas & Prasetyo, 2022).

Sementara penelitian lain oleh Tanjung dan kawan-kawannya menemukan bahwa hasil penelitian diperoleh sebanyak 36 faktor risiko yang dikelompokkan menjadi 5 jenis risiko, yaitu; risiko operasional, risiko keuangan, risiko risiko reputasi, risiko legal/kepatuhan, dan risiko bisnis. Hasil evaluasi risiko menunjukkan sebanyak 4 risiko termasuk kategori rendah, 19 risiko kategori sedang, dan 13 risiko kategori tinggi. Tidak ada risiko yang termasuk dalam kategori sangat tinggi. Setelah kategori masing-masing risiko diketahui, penelitian ini memberikan rekomendasi tindakan mitigasi yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk seluruh kategori risiko. Rekomendasi tindakan spesifik yang dapat dilakukan PT XYZ diberikan untuk risiko dengan kategori tinggi (Tanjung et al., 2021).

Kebaharuan penelitian ini adalah dari obyek penelitiannya yakni strategi manajemen risiko yang efektif dalam meningkatkan return perusahaan start-up di era ekonomi digital yang belum pernah diteliti sebelumnya. Penelitian ini dapat membantu perusahaan start-up untuk mengidentifikasi risiko yang mungkin dihadapi dalam lingkungan bisnis digital yang cepat berubah. Sehingga dengan pemahaman yang lebih baik tentang risiko-risiko ini, perusahaan dapat mengambil langkah-langkah pencegahan yang sesuai untuk mengurangi kemungkinan dampak negatifnya terhadap kinerja dan keberlanjutan bisnis. Tujuan penelitian ini adalah untuk menyelidiki strategi manajemen risiko yang efektif dalam meningkatkan return perusahaan start-up di era ekonomi digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah pendekatan penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena sosial atau perilaku manusia melalui interpretasi, analisis, dan deskripsi data yang bersifat deskriptif dan tidak terukur secara numerik. Pendekatan ini cenderung bersifat holistik, kontekstual, dan memperhatikan konteks sosial serta kompleksitas subjek yang diteliti (Sari et al., 2022). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yakni dengan studi literatur yang melibatkan pencarian, pemilihan, dan analisis terhadap sumber-sumber informasi yang relevan dari

berbagai literatur yang telah dipublikasikan sebelumnya. Proses ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan pemahaman yang komprehensif tentang topik penelitian dari berbagai sudut pandang dan sumber yang berbeda. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

PEMBAHASAN

Era ekonomi digital merupakan era di mana menitikberatkan pada transaksi dan pasar yang terjadi di dunia internet. Pengertian Digital Economy lebih menekankan pada aktivitas ekonomi yang terjadi secara digital, seperti pembelian dan penjualan online, pertukaran informasi, dan komunikasi melalui jaringan internet. Konsep mengenai ekonomi digital pertama kali diperkenalkan oleh Tapscott pada tahun 1998. Dia menggambarkan ekonomi digital sebagai sebuah sistem yang memiliki karakteristik ruang intelegen yang mencakup berbagai aspek informasi, akses ke alat-alat informasi, pemrosesan data, dan kapasitas komunikasi yang luas. Komponen-komponen utama dari ekonomi digital yang telah diidentifikasi termasuk industri Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), aktivitas e-commerce antar perusahaan dan individu, distribusi digital barang dan jasa, serta dukungan untuk penjualan barang dan jasa, terutama yang beroperasi melalui internet (Suwarni et al., 2019).

Pada era ekonomi digital, di mana penggunaan internet semakin meluas karena kemudahannya, terdapat tren munculnya perusahaan-perusahaan baru seperti startup. Perusahaan startup dapat diidentifikasi sebagai perusahaan pemula, perusahaan rintisan, atau perusahaan yang baru saja didirikan (Ryandono, 2018). Sedangkan menurut pandangan lain yang dikemukakan oleh (Karina et al., 2022), perusahaan startup adalah perusahaan yang fokus pada inovasi dalam teknologi digital, memanfaatkan kemajuan zaman sebagai keunggulannya. Mereka mencari cara untuk menghasilkan profit dengan memberikan solusi atas permasalahan yang ada di masyarakat melalui teknologi. Mengutip dalam (Syauqi, 2016), menjelaskan terdapat banyak karakteristik yang dapat dikenali dari perusahaan startup, beberapa di antaranya adalah:

1. Usia perusahaan kurang dari 3 tahun
Startup umumnya masih dalam tahap awal perkembangannya, biasanya memiliki usia kurang dari 3 tahun sejak didirikan, menandakan bahwa mereka masih dalam tahap pengembangan awal.
2. Jumlah pegawai kurang dari 20 orang
Pada awalnya, startup cenderung memiliki tim yang relatif kecil, biasanya kurang dari 20 orang. Hal ini mencerminkan sifat startup yang masih dalam tahap awal dan belum berkembang secara besar-besaran.
3. Pendapatan kurang dari \$100.000/tahun

Startup pada umumnya belum mencapai tingkat pendapatan yang signifikan dalam tahap awal perkembangannya. Pendapatan biasanya masih relatif rendah, kurang dari \$100.000 per tahun, karena masih membutuhkan waktu dan investasi untuk pengembangan produk dan penetrasi pasar.

4. Masih dalam tahap perkembangan

Startup masih berada dalam tahap perkembangan yang dinamis, di mana mereka terus beradaptasi dengan perubahan pasar dan memperbaiki produk atau layanan mereka.

5. Umumnya bergerak dalam bidang teknologi

Umumnya, startup berfokus pada bidang teknologi dan inovasi. Mereka sering mengembangkan aplikasi atau platform digital untuk memecahkan masalah tertentu atau memberikan nilai tambah kepada pengguna.

6. Produk berupa aplikasi digital atau lainnya

Produk yang ditawarkan oleh startup umumnya berupa aplikasi atau layanan digital yang dapat diakses secara online. Ini mencerminkan fokus mereka pada teknologi dan inovasi digital.

7. Beroperasi melalui website ataupun media sosial

Startup sering menggunakan website dan media sosial sebagai saluran utama untuk berinteraksi dengan pelanggan dan memasarkan produk atau layanan mereka.

Disisi lain perusahaan startup dihadapkan oleh kenyataan bahwa persaingan dalam ekosistem ekonomi digital sangat ketat. Setiap perusahaan berusaha untuk mengeluarkan dan mengembangkan produk yang terbaik agar dapat bersaing di pasar yang kompetitif ini. Persaingan ini merupakan hal yang wajar terjadi, karena masing-masing perusahaan berupaya menjadi yang terbaik dari yang terbaik. Beberapa ancaman-ancaman yang terjadi misalnya datang dari pesaing yang menawarkan produk atau jasa dengan karakteristik yang relative sama, ada pula datang dari perusahaan yang berkemampuan menawarkan produk substitusi, yang memiliki nilai manfaat yang lebih baik dari produk atau jasa yang dihasilkan perusahaannya. Selain itu ancaman datang pula dari pelanggan sendiri karena pelanggan memiliki hak untuk memilih mana produk yang akan dia beli yang mencakup seluruh kebutuhannya (Setiawan, 2018).

Untuk menghadapi persaingan tersebut, perusahaan startup memerlukan investasi dari berbagai sumber, dan salah satu opsi utama adalah melalui investor. Sayangnya, terkadang para pendiri startup terlalu fokus pada pengembangan produk dan mengabaikan pentingnya mendapatkan sumber pembiayaan eksternal. Pembiayaan eksternal merupakan hal yang menjadi kunci keberhasilan bagi bisnis startup karena pengembangan bisnis mereka membutuhkan modal yang cukup besar (Dewi, 2022). Menarik minat investor seringkali menjadi tantangan bagi perusahaan startup. Hal ini karena investor cenderung melihat riwayat laporan keuangan perusahaan untuk mengevaluasi kinerjanya, termasuk apakah ada peningkatan atau penurunan dari tahun ke tahun. Ini dapat menjadi hambatan bagi startup karena umumnya mereka belum memiliki riwayat keuangan yang panjang, terutama karena

masih dalam tahap awal (biasanya kurang dari atau sama dengan satu tahun) membuat perusahaan jenis ini relatif lebih sulit dalam hal ketersediaan data historis keuangannya (Yanuarti & Dewi, 2018).

Laporan keuangan merupakan sesuatu yang sangat penting dalam perusahaan, karena laporan keuangan menunjukkan seberapa sehat perusahaan tersebut dan seberapa besar laba/rugi yang diperoleh perusahaan. Untuk dapat menilai kinerja perusahaan maka diperlukan analisis yang dapat menggambarkan kinerja perusahaan (Sodikin & Wuldani, 2016). Dalam laporan keuangan mengenal istilah seperti Return on Equity (ROE), Return on Assets (ROA), dan Return on Investment (ROI). ROE digunakan untuk menilai profitabilitas, efisiensi, dan tingkat utang perusahaan. ROA membantu membandingkan performa bisnis suatu perusahaan dengan pesaingnya. Sedangkan ROI digunakan untuk menyajikan hasil investasi pada periode tertentu. Kemudian hal-hal tersebut dapat menjadi pertimbangan bagi investor untuk memilih atau melanjutkan investasi pada sebuah perusahaan (Wulandari, 2023). Lebih lanjut, penelitian Wulandari menekankan bahwa ROE, ROA, dan ROI berpengaruh terhadap return saham perusahaan.

Return merupakan hasil dari investasi, yang dapat berupa return realisasi (yang telah terjadi) dan return ekspektasi (yang diharapkan akan terjadi di masa depan). Return saham merujuk pada pembayaran yang diterima oleh pemegang saham sebagai imbalan atas kepemilikan mereka. Ini dapat dianggap sebagai keuntungan dari investasi atau tingkat pengembalian (Angelica & Latifah, 2022). Pendapat lain menurut Eduardus Tandililin (2001), return saham adalah harapan akan keuntungan di masa depan yang menjadi imbalan atas waktu dan risiko yang terkait dengan investasi. Return saham ini, menjadi salah satu faktor yang mendorong investor untuk mengambil risiko dalam investasi mereka (Sodikin & Wuldani, 2016).

Upaya untuk menarik minat investor, perusahaan perlu menawarkan tingkat return yang cenderung lebih tinggi (Yap & Firnanti, 2019). Hal ini karena setiap investor melakukan investasi dengan tujuan utama untuk memperoleh keuntungan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Tanpa adanya keuntungan dari investasi yang dilakukannya, investor cenderung enggan untuk melakukan investasi. Berdasarkan ungkapan tersebut untuk mencapai minat investor yang tinggi, perusahaan harus dapat memberikan tingkat return yang menarik. Oleh karena itu, untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh perusahaan startup yang sangat membutuhkan investor, langkah pertama yang harus dilakukan adalah meningkatkan nilai return perusahaan mereka. Melalui penawaran return saham yang menarik, perusahaan startup memiliki kesempatan yang lebih baik untuk menarik minat investor dan mendapatkan investasi yang diperlukan untuk pertumbuhan dan pengembangan bisnis mereka.

Adapun manajemen risiko sebagai salah satu yang memiliki potensi untuk meningkatkan return perusahaan. Manajemen risiko merupakan seperangkat kebijakan dan prosedur yang lengkap yang dimiliki oleh sebuah organisasi untuk mengelola, memonitor,

dan mengendalikan risiko yang dihadapi oleh perusahaan (Arta et al., 2021). Berdasarkan penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa manajemen risiko memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap return saham perusahaan. Studi ini dilakukan terhadap perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017-2020 (Oktora & Stevania, 2021).

Menurut Kanchu dan Kumar (2013) dalam (Qintharah, 2019), risiko dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat menciptakan hambatan atau rintangan dalam pencapaian tujuan organisasi. Risiko ini disebabkan oleh faktor-faktor internal dan eksternal yang ada dalam suatu situasi tertentu. Artinya dengan kata lain, risiko merupakan potensi untuk terjadi suatu kejadian yang dapat mengganggu atau menghambat kemampuan organisasi untuk mencapai tujuan mereka. Dalam perusahaan startup di era ekonomi digital, risiko dapat berasal dari berbagai faktor, termasuk perubahan teknologi, pasar yang berfluktuasi, dan masalah keuangan. Risiko teknologi terkait dengan kurangnya pemahaman atau adopsi teknologi baru yang dapat mempengaruhi kinerja startup. Risiko pasar mencakup perubahan tren dan preferensi konsumen yang dapat memengaruhi permintaan produk atau layanan startup. Sedangkan risiko keuangan melibatkan masalah pendanaan, pengelolaan keuangan, atau pengeluaran yang tidak terduga yang dapat mempengaruhi stabilitas keuangan startup. Mengingat kompleksitas dan keragaman risiko yang dapat dihadapi, perusahaan startup memerlukan manajemen risiko yang efektif untuk mengelola risiko-risiko tersebut.

Mengutip dari (Lubis & Mutthaqin, 2024), manajemen risiko pembiayaan melibatkan identifikasi, pengukuran, pengendalian, dan pemantauan risiko yang mungkin timbul dalam pembiayaan yang disediakan oleh lembaga keuangan. Berdasarkan kutipan tersebut terdapat beberapa strategi manajemen risiko yang dapat diterapkan dalam perusahaan startup untuk meningkatkan return saham perusahaan, seperti:

1. Identifikasi dan pengukuran risiko melalui evaluasi dengan cermat
Langkah pertama dalam manajemen risiko adalah mengidentifikasi risiko-risiko yang mungkin dihadapi oleh perusahaan startup. Ini melibatkan pengenalan dan penilaian terhadap berbagai jenis risiko yang mungkin timbul (Lisnawati et al., 2023). Setelah risiko-risiko ini diidentifikasi, langkah selanjutnya adalah mengukur tingkat risiko tersebut. Evaluasi yang cermat akan membantu perusahaan dalam memahami dampak potensial dari setiap risiko dan menentukan prioritas dalam mengatasi risiko yang menjadi hambatan perusahaan.
2. Pengendalian risiko, dengan menerapkan strategi mitigasi risiko yang efektif
Setelah risiko-risiko diidentifikasi dan diukur, langkah selanjutnya adalah mengendalikan risiko dengan menerapkan strategi mitigasi yang efektif. Ini mencakup pengembangan dan implementasi kebijakan, prosedur, dan tindakan yang dirancang untuk mengurangi dampak risiko dan meningkatkan peluang kesuksesan (Lubis & Mutthaqin, 2024). Contohnya, startup dapat mengalokasikan sumber daya

untuk mengurangi atau menghindari risiko yang identifikasi, atau mengalokasikan cadangan keuangan untuk menghadapi risiko yang tidak dapat dihindari.

3. Pemantauan dan evaluasi risiko secara berkala

Proses manajemen risiko tidak berakhir setelah risiko diidentifikasi dan dikendalikan. Perusahaan startup perlu melakukan pemantauan dan evaluasi risiko secara berkala. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk memantau perubahan lingkungan bisnis serta kondisi internal perusahaan yang dapat mempengaruhi risiko. Melalui pemantauan yang teratur, perusahaan dapat mengidentifikasi risiko baru atau perubahan dalam risiko yang telah diidentifikasi sebelumnya, dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk mengurangi atau mengatasi risiko tersebut (Lisnawati et al., 2023).

Sebagai rekomendasi bagi startup dalam merancang strategi manajemen risiko yang efektif, termasuk pertama memperkuat budaya kesadaran risiko di seluruh perusahaan. Ini berarti mengintegrasikan pemahaman tentang risiko ke dalam budaya organisasi secara menyeluruh, sehingga setiap anggota tim memahami pentingnya mengidentifikasi, mengukur, mengendalikan, dan memantau risiko dalam setiap keputusan dan tindakan yang mereka ambil. Kedua, mengalokasikan waktu dan sumber daya yang cukup untuk kegiatan manajemen risiko. Startup harus memprioritaskan manajemen risiko sebagai bagian integral dari proses pengambilan keputusan dan operasional sehari-hari. Ini mungkin memerlukan alokasi waktu dan sumber daya yang memadai, termasuk personel yang terlatih dan infrastruktur yang mendukung. Ketiga, memanfaatkan teknologi yang ada untuk mendukung proses manajemen risiko. Ada berbagai alat dan platform teknologi yang dapat membantu startup dalam manajemen risiko, mulai dari perangkat lunak manajemen risiko khusus hingga solusi kecerdasan buatan yang dapat menganalisis data secara cepat dan akurat, teknologi dapat menjadi alat yang kuat dalam mendukung strategi manajemen risiko startup.

Sehingga dengan mengadopsi pendekatan ini, dapat meningkatkan return saham perusahaan yang kemudian akan memperbaiki laporan keuangan perusahaan startup. Kenaikan return saham perusahaan ini akan mempengaruhi keputusan investor untuk memberikan modal mereka. Keberadaan sejumlah besar investor dapat menjadi keuntungan bagi perusahaan startup, yang menjadi faktor kunci dalam kelangsungan hidup mereka dalam persaingan di era ekonomi digital saat ini.

KESIMPULAN

Risiko utama yang dihadapi oleh start-up di era ekonomi digital terdiri dari risiko teknologi, risiko pasar, dan risiko keuangan. Strategi manajemen risiko yang terbukti efektif dalam meningkatkan return perusahaan start-up mencakup langkah-langkah seperti identifikasi dan evaluasi risiko dengan cermat, penerapan strategi mitigasi risiko yang efektif, serta pemantauan dan evaluasi risiko secara berkala. Rekomendasi bagi start-up dalam merancang strategi manajemen risiko yang efektif termasuk memperkuat budaya kesadaran risiko di

seluruh perusahaan, mengalokasikan waktu dan sumber daya yang cukup untuk kegiatan manajemen risiko, serta memanfaatkan teknologi yang ada untuk mendukung proses manajemen risiko. Sehingga dengan mengadopsi pendekatan ini, start-up dapat lebih siap menghadapi tantangan dan meraih kesuksesan di tengah persaingan yang ketat dalam era ekonomi digital.

BIBLIOGRAFI

- Angelica, F., & Latifah, N. (2022). Analisis pengaruh Economic Value Added (EVA) dan Market Value Added (MVA) terhadap Return Saham (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur di BEI Tahun 2017-2019). *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis & Akuntansi (EMBA)*, 1(1), 113–122.
- Arta, I. P. S., Satriawan, D. G., Bagiana, I. K., Loppies, Y., Shavab, F. A., Mala, C. M. F., Sayuti, A. M., Safitri, D. A., Berlianty, T., & Julike, W. (2021). *Manajemen Risiko*.
- Dewi, M. S. (2022). *Kriteria Pengambilan Keputusan Investasi Angel Investor Pada Bisnis Startup*.
- Hartatik, H., Rukmana, A. Y., Efitra, E., Mukhlis, I. R., Aksenta, A., Ratnaningrum, L. P. R. A., & Efdison, Z. (2023). *Tren Technopreneurship: Strategi & Inovasi Pengembangan Bisnis Kekinian dengan Teknologi Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Judijanto, L., Karmagatri, M., Lutfi, M., Sepriano, S., Pipin, S. J., Erwin, E., Indrayani, N., Nugraha, U., & Lukmana, H. H. (2024). *Pengembangan Startup Digital: Referensi Sukses Memulai Bisnis Startup Digital Era Industri 4.0 dan Society 5.0*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Karina, D., Sa'diyah, S. A., Nabilah, H., & Panorama, M. (2022). Pengaruh Perusahaan Startup Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Selama Pandemi Covid-19. *Berajah Journal*, 2(1), 156–166.
- Lisnawati, T., Hussaen, S., Nuridah, S., Pramanik, N. D., Warella, S. Y., & Bahtiar, M. Y. (2023). Manajemen Risiko dalam Bisnis E-commerce: Mengidentifikasi, Mengukur, dan Mengelola Risiko-risiko yang Terkait. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 8252–8529.
- Lubis, N. R., & Mutthaqin, M. S. (2024). Relevansi Strategi Manajemen Risiko Pembiayaan dalam Konteks Perbankan Syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(4), 2699–2711.
- Munawwaroh, Z. (2017). Analisis Manajemen Risiko pada pelaksanaan program pendidikan dalam upaya meningkatkan mutu pendidikan. *Jurnal Administrasi Pendidikan*, 24(2).
- Muria, G. (2018). Pengaruh Pendapatan dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih (studi kasus pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang terdaftar di BEI periode 2012-2016). *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 19–33.
- Oktora, F. E., & Stevania, C. (2021). Profitabilitas Dan Manajemen Resiko Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Farmasi Di Bei Periode Tahun 2017-2020: Profitability and Risk Management on Stock Returns in Pharmaceutical Companies in the Period of 2017-2020. *Jurnal Actual Organization Of Economic (JAGOE)*, 2(02), 141–149.

- Pamungkas, C. H., & Prasetyo, A. H. (2022). Rancangan Manajemen Risiko pada Perusahaan Startup PT. Haruka Evolusi Digital Utama. *Journal of Emerging Business Management and Entrepreneurship Studies*, 2(1), 50–66.
- Qintharah, Y. N. (2019). Perancangan penerapan manajemen risiko. *JRAK: Jurnal Riset Akuntansi Dan Komputerisasi Akuntansi*, 10(1), 67–86.
- Ryandono, M. N. H. (2018). Fintech Wakaf: Solusi Permodalan Perusahaan Startup Wirausaha Muda. *Jurnal Studi Pemuda*, 7(2), 111–121.
- Sari, I. N., Lestari, L. P., Kusuma, D. W., Mafulah, S., Brata, D. P. N., Iffah, J. D. N., Widiatsih, A., Utomo, E. S., Maghfur, I., & Sofiyana, M. S. (2022). *Metode penelitian kualitatif*. Unisma Press.
- Setiawan, A. B. (2018). Revolusi bisnis berbasis platform sebagai penggerak ekonomi digital di Indonesia. *Masyarakat Telematika Dan Informasi: Jurnal Penelitian Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 9(1), 61.
- Sodikin, S., & Wuldani, N. (2016). Pengaruh price earning ratio (PER) dan earning per share (EPS) terhadap return saham (studi pada pt. Unilever indonesia tbk.). *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(1), 18–25.
- Syauqi, A. T. (2016). Startup sebagai Digitalisasi Ekonomi dan Dampaknya bagi Ekonomi Kreatif di Indonesia. *Department of Electrical Engineering and Information Technology*, 3(2), 1–4.
- Tanjung, D. F., Oktaviana, A., & Widodo, A. P. (2021). Analisis manajemen risiko startup pada masa pandemi Covid-19 menggunakan Cobit® 2019. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer* <https://doi.org/10.25126/Jtiik.201743299>.
- VALENA, D. S. (2018). *Analisis Manajemen Risiko Sistem Informasi Perpustakaan Universitas Lampung Menggunakan Metode NIST SP 800-30*.
- Wulandari, D. R. (2023). *Analisis Pengaruh Roe, Roa Dan Roi Terhadap Return Saham Syariah Pada Perusahaan Manufaktur Yang Tercatat Di Issi (Periode Tahun 2018-2019)*. Universitas Islam Indonesia.
- Yanuarti, I., & Dewi, H. (2018). Startup Bisnis Sebagai Alternatif Investasi. *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2), 81–96.
- Yap, H. C., & Firnanti, F. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Return Saham. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 21(1a-1), 27–38.

Copyright holder:

Hengki Jayeng Pambudi¹, Yano Andriyanto² (2024)

First publication right:

[Syntax Idea](#)

This article is licensed under:

