

Coba tentukan suatu resiko dalam aktivitas Bapak dan Ibu, tentukan juga bagaimana Bapak/Ibu mengidentifikasi resiko tersebut dan bagaimana juga Bapak / Ibu menentukan resiko yang akan terjadi besar atau kecil.

Meskipun cenderung risiko memberikan dampak merugikan bagi usaha yang kita jalani, tetapi risiko inipun harus tetap diambil oleh para usahawan. Ada beberapa alasan yang mendorong kita mau mengambil risiko ini. Motivasi mengambil risiko dapat didasari keinginan mendapat tingkat keuntungan atau pengembalian yang sepadan dengan pengorbanan yang kita keluarkan terlebih dahulu.

Ketika kita selaku pengusaha melakukan kegiatan yang berisiko dengan motivasi mendapatkan keuntungan, maka biasanya kita akan mengkalkulasi besarnya risiko yang dihadapi tersebut. Berdasarkan pada kalkulasi tersebut, kita akan menetapkan target keuntungan yang diinginkan.

Sebagai contohnya adalah saya sendiri, saya yang mempunyai uang untuk diinvestasikan, saya dapat memilih diantara banyak pilihan. Pilihan pertama yaitu menabung dibank dengan mendapatkan bunga tabungan sebanyak 5% setiap bulannya secara pasti. Pilihan kedua, saya dapat menginvestasikannya untuk bisnis kuliner dengan potensi mendapat keuntungan hingga 200%. Akan tetapi, walaupun pada pilihan kedua terdapat potensi keuntungan yang besar, terdapat juga risiko yang besar dan harus saya hadapi.

Selain itu, alasan kita mau mengambil risiko juga bisa karena faktor keterpaksaan. Dalam hal ini, kita mengambil risiko karena kondisi yang menyertainya sudah sangat mendesak.

Kondisi yang mendesak ini membuat kita jadi tidak terlalu menghiraukan risiko yang harus dihadapi. Kalaupun kita memahami risiko yang harus dihadapi, kita juga tidak memiliki waktu untuk mengkalkulasi besarnya risiko-risiko yang dihadapi tersebut.

Nama : Aidil Fitriyah

NIM : 192510049

Manajemen Resiko

### **Pemasangan Scaffolding untuk memperbaiki Ducting ID Fan**



Pada gambar diatas menunjukkan proses pemasangan Scaffolding (Perancah) untuk memperbaiki ducting ID Fan yang telah rusak.

Pada aktivitas tersebut resiko yang sangat besar adalah Jatuh.

Ini dikarenakan aktivitas tersebut dilakukan ditempat ketinggian, yaitu diatas 1.5 m. Ini mengakibatkan resiko jatuh yang sangat besar. Oleh karena itu dalam melakukan aktivitas ini diperlukan beberapa analisa resiko seperti SDM, Material Scaffolding, Metode Pekerjaan, Alat kerja dan alat safety, serta faktor lingkungan. Sehingga resiko Jatuh dapat ditekan menjadi 0 (Zero Accident)

Ini dikategorikan Risiko Besar



jika berdasarkan aktivitas saya saat ini kemungkinan besar resiko yang akan saya hadapi yaitu resiko Spekulatif

Dimana saat ini saya sedang berinvestasi saham, dalam risiko spekulatif, saya bisa mengalami keuntungan, kerugian, atau sama sekali tidak ada perubahan.

Nilai investasi di masa depan yang mungkin terjadi adalah untung, rugi, atau sama sekali tidak berubah. Kemungkinan tersebut bersifat spekulatif dan sudah disadari sebelum membeli.

Resiko dalam aktivitas bekerja seperti adanya pekerjaan yg melebihi batas atau wewenang dari pekerjaan itu sendiri contohnya pembukaan plafon penembusan untuk pengambilan semen.

cara mengidentifikasi resiko ini dengan cara melihat kinerja dari rekanan atau distributor tersebut dari sisi pembayaran, pengambilan atau penembusan semen, bisa juga dari sisi aset yang dimiliki serta etika serta komitmen.

Menentukan resiko yang terjadi besar atau kecil yaitu dengan melihat dampak atau efek yang di sebabkan atas pemberian kebijakan pemberian plafon tersebut. Resiko itu dikatakan nilai yang besar apabila distributor gagal bayar karena tidak sesuai dengan komitmen yang telah di buat sebelumnya. apabila resiko kecilnya bahwa tidak diberikan dampak yang cukup signifikan terhadap perusahaan. contoh nya pengiriman surat tagihan piutang pada distributor tapi tidak dilengkapi dengan cap perusahaan, hanya tandatangan pimpinan dan kop perusahaan.

Resiko dalam aktivitas bekerja seperti adanya pekerjaan yg melebihi batas atau wewenang dari pekerjaan itu sendiri contohnya pembukaan plafon penembusan untuk pengambilan semen.

cara mengidentifikasi resiko ini dengan cara melihat kinerja dari rekanan atau distributor tersebut dari sisi pembayaran, pengambilan atau penembusan semen, bisa juga dari sisi aset yang dimiliki serta etika serta komitmen.

Menentukan resiko yang terjadi besar atau kecil yaitu dengan melihat dampak atau efek yang di sebabkan atas pemberian kebijakan pemberian plafon tersebut. Resiko itu dikatakan nilai yang besar apabila distributor gagal bayar karena tidak sesuai dengan komitmen yang telah di buat sebelumnya. apabila resiko kecilnya bahwa tidak diberikan dampak yang cukup signifikan terhadap perusahaan. contoh nya pengiriman surat tagihan piutang pada distributor tapi tidak dilengkapi dengan cap perusahaan, hanya tandatangan pimpinan dan kop perusahaan.

Manajemen risiko adalah satu teori yang harus diterapkan di dalam membangun bisnis atau usaha. Karena tanpa manajemen yang baik, pengusaha tidak bisa mendeteksi hal-hal buruk yang bisa menimpa perusahaan. Ironisnya perusahaan bisa mengalami penurunan atau kolaps tanpa bisa diketahui apa penyebabnya.

Maka dari itu pengelolaan risiko adalah hal penting selain manajemen pemasaran dan manajemen bisnis lainnya. Sayangnya masih belum banyak yang mengetahui tentang teori manajemen ini. Termasuk pengetahuan terkait pengertian, komponen, jenis dan tujuan manajemen risiko dalam bisnis.

Dari aktifitas pekerjaan saya, bagaimana kita mensinkronkan target yang di breakdown ke divisi saya. Salah satunya adalah melakukan mapping/break target ke petugas Direct Saling.

Dalam beberapa tahun ke depan, jumlah transfer data di bisnis telekomunikasi di Indonesia akan bertambah secara signifikan. Hal ini antara lain didorong oleh jumlah populasi Indonesia yang sebagian besar merupakan penduduk muda, penerapan teknologi maju, serta masih rendahnya tarif transfer data telekomunikasi di Indonesia. Hal ini memungkinkan operator telekomunikasi di Indonesia untuk meningkatkan tarif mereka. Di samping itu, ekonomi Indonesia yang terus tumbuh juga akan membantu para operator telekomunikasi untuk mendapatkan pendapatan yang lebih. Dari beberapa riset yang dilakukan, pendapatan Domestik Bruto (PDB) dari suatu negara mempunyai kaitan yang erat dengan peningkatan jumlah pelanggan telepon, dengan catatan, negara tersebut masih tergolong dalam negara berkembang.

Salah satu hal yang dapat merubah pola konsumsi konsumen di bisnis telekomunikasi adalah teknologi. Contohnya dengan teknologi telekomunikasi melalui internet. Dengan teknologi ini, konsumen tidak banyak lagi menggunakan sambungan telekomunikasi dengan menggunakan voice dan sms. Hal ini tentu saja akan menyebabkan perubahan pola pendapatan operator telekomunikasi sehingga saat ini, di Indonesia penggunaan mobile internet sudah mulai ramai. Hal ini diprediksi masih akan terus berlanjut hingga beberapa tahun mendatang. Salah satu teknologi yang mungkin dapat merevolusi akses broadband mobile di Indonesia adalah teknologi data (4G). Namun, hingga saat ini, penggunaan teknologi data ini secara massal di seluruh nusantara nampaknya masih belum maksimal. Selain dikarenakan resiko besarnya investasi yang akan dikeluarkan oleh operator telekomunikasi dan regulasi pemerintah yang mengatur teknologi data (4G) belum tertata baik. Jika teknologi data sudah dapat diterapkan secara massal di seluruh Nusantara, maka kemungkinan besar mobile internet akan menjadi pilihan utama para pengguna jasa telekomunikasi di seluruh Indonesia. Hal ini tentunya akan merubah pola konsumsi mereka dan pola pendapatan operator telekomunikasi secara signifikan.

Hal ini sepertinya menimbulkan dampak resiko kepada para insan telekomunikasi baik langsung maupun tidak langsung. Pada era sebelumnya untuk pelayanan voice dan SMS mendominasi, sehingga revenue operator relative

Selanjutnya adalah aplikasi atau layanan yang ditawarkan oleh operator telekomunikasi lebih fokus pada komunitas pelanggan yang ingin disasar. Ketika suatu layanan atau aplikasi sudah menjadi bagian dari komunitas maka layanan atau aplikasi tersebut akan terus digunakan dan menjadi bagian tidak terpisahkan. Melalui komunitas juga keberlanjutan suatu layanan atau aplikasi dapat terjaga dan berlangsung lebih lama. Selain dalam konteks pengguna atau pelanggan, komunitas juga perlu dibentuk dalam konteks pengembangan layanan dan aplikasi seperti kerjasama dengan developer, insititusi pendidikan dan lembaga riset lainnya. Untuk melakukan hal ini operator telekomunikasi harus mampu melakukan segmentasi dan profiling seluruh pelanggannya dan membangun korelasi antara profil pelanggan dan kebutuhannya.

Profiling dan korelasi memang cukup rumit dan bukan pekerjaan yang mudah karena hingga sekarang belum ada operator telekomunikasi yang benar-benar sukses melakukannya. Namun hal ini bukan sesuatu yang mustahil karena sudah berhasil dilakukan oleh para perusahaan besar internet seperti Google dan Facebook, yang memiliki jumlah pengguna yang sangat besar sehingga berhasil menempatkan iklan atau promosi yang sesuai dengan segmen, profil dan kebutuhan para penggunanya. Untuk melakukan hal ini operator telekomunikasi harus mampu melakukan segmentasi dan profiling seluruh pelanggannya dan membangun korelasi antara profil pelanggan dan kebutuhannya. Profiling dan korelasi memang cukup rumit dan bukan pekerjaan yang mudah karena hingga sekarang belum ada operator telekomunikasi yang benar-benar sukses melakukannya.

Namun hal ini bukan sesuatu yang mustahil karena sudah berhasil dilakukan oleh para raksasa internet seperti Google



dan Facebook yang memiliki jumlah pengguna yang sangat besar dan berhasil menempatkan iklan atau promosi yang sesuai dengan segmen, profil dan kebutuhan para penggunanya. Sebaliknya, untuk aplikasi dan layanan yang lebih advanced atau dengan kualitas yang lebih baik dan terjamin serta bebas dari iklan, operator telekomunikasi dapat menawarkan layanan dan aplikasi yang berbayar (premium). Diharapkan dengan melakukan beberapa hal tersebut, operator dapat mentransformasi model bisnisnya sehingga dapat tetap survive di era data dengan pertumbuhan revenue yang sama tinggi seperti pada masa voice dan SMS serta kelola resiko yang dihadapi operator telekomunikasi menjadi kecil.

Ada 3 faktor yang mempengaruhi kemampuan dalam mengatasi resiko serta tantangan perubahan model bisnis telekomunikasi yaitu:

1. Resources Diperlukan membangun kemampuan baru yang tangible resource (manusia, peralatan, teknologi, cash) dan non-tangible resource (product design, information, brands, hubungan dengan supplier, distributor, dan pelanggan).
2. Process Secara menyeluruh bisnis process akan mempengaruhi proses komunikasi, kordinasi, hingga pengambilan keputusan dalam mentransformasi produk atau services baru yang akan diciptakan untuk beradaptasi dengan perubahan dan menciptakan keberlanjutan usaha. Bisnis model yang digunakan sangat tergantung dengan keadaan pasar, teknologi dan regulasi pemerintah di bidang telekomunikasi. Untuk bisnis model jangka panjang, ketersediaan data konsumen secara real time sangatlah penting. Model bisnis telekomunikasi masa depan diperkirakan akan menjadi sangat dinamis, sehingga memerlukan manajemen yang cepat tanggap dalam menghadapi perubahan permintaan konsumen. Dalam jangka pendek dan menengah, operator telekomunikasi dapat meningkatkan keuntungan dari pengembangan konten – konten bisnis konvensionalnya seperti sms ataupun layanan non konvensional seperti value added services.
3. Values Organization values merupakan lebih dari sekedar corporate values, dimana hal ini akan mempengaruhi standard nilai pada setiap orang yang terlibat dalam organisasi untuk setting prioritas dalam suatu pekerjaan dan bagaimana standard dalam melakukan pekerjaan. Ketika suatu organisasi / perusahaan ingin menciptakan kemampuan baru, tentu terdapat proses transisi, pekerjaan dan skill set yang dibutuhkan. Masa transisi dan setelahnya bukanlah fase yang mudah dilewati apabila setiap orang yang terlibat di dalamnya tidak mau berubah karena tidak sesuai dengan value yang mereka miliki sebelumnya. Sehingga perlu diciptakan value yang sesuai agar semua orang yang terlibat dalam pembangunan kemampuan ini memiliki semangat perubahan dan etos yang diperlukan. Ketiga hal diatas harus saling terintegrasi untuk menciptakan kemampuan baru yang mampu membawa perusahaan dan industri menjawab perubahan tantangan, mengurangi ketidakpastian resiko dan membangun iklim kondusif yang mampu membawa keberlanjutan dalam pertumbuhan industri.

Perubahan merupakan suatu hal yang pasti terjadi, ditambah dengan ketidakpastian dan risiko yang terus membayangi, membangun kemampuan baru untuk menjawab tantangan di era data ini menjadi suatu seni dan keterampilan khusus yang memerlukan analisa dan kemampuan melihat suatu solusi secara holistik.