

Scenario Analysis

Analisis Skenario



Penulis:

Dr. Antonius Alijoyo, CERG, QRGF.

Bobby Wijaya, M.M., ERMCP, QRMP

Intan Jacob, M.M.

✓ RISK IDENTIFICATION

✓ RISK ANALYSIS:

- ✓ Consequences
- ✓ Probability
- ✓ Level of Risk

✓ RISK EVALUATION

Dipublikasikan oleh:



PENDAHULUAN

Seri *e-booklet* (buku saku daring) Teknik Asesmen Risiko dikembangkan oleh tim 'knowledge management' CRMS Indonesia yang didukung oleh tim digital CyberWhale. Tersedia 31 buku saku bagi praktisi dan profesional bidang manajemen risiko (daftar selengkapnya ada di bagian belakang buku saku).

Keseluruhan seri buku saku ditulis berdasarkan dokumen ISO 31010 yang merupakan standar internasional 'risk assesment techniques' yang terdiri dari 31 teknik asesmen risiko mulai dari identifikasi risiko, analisis risiko, dan evaluasi risiko. Setiap teknik memiliki karakteristik masing-masing, sehingga setiap teknik ada yang hanya dapat digunakan untuk identifikasi risiko, atau analisis risiko saja, atau evaluasi risiko saja. Namun, ada juga teknik yang memiliki lebih dari satu karakteristik.

ISO 31010 merupakan dokumen pendukung dari dokumen induk ISO 31000 Standar Internasional Manajemen Risiko.

Buku saku ini juga dapat digunakan sebagai PSB (Pendidikan Sertifikasi Berkelanjutan) bagi para pemegang sertifikasi kompetensi manajemen risiko yang dikeluarkan oleh Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) MKS (www.lspmks.co.id) yaitu pemegang sertifikasi QRGF (*Qualified Risk Governance Professional*), QCRO (*Qualified Chief Risk Officer*), QRMP (*Qualified Risk Management Professional*), QRMA (*Qualified Risk Management Analyst*), dan QRMO (*Qualified Risk Management Officer*).

Cara mengklaim PSB sangat mudah yaitu mengunduh tautan 'e-learning' PSB di bagian akhir buku saku dan kemudian menjawab 5-10 pertanyaan ulasan (*review question*) yang disediakan. Anda dapat melakukan pendaftaran e-learning pada link berikut:

www.cyberwhale.co.id/e-psb

Karena sifat buku saku yang adaptif terhadap perubahan, masukan dan usulan para pembaca dan pengguna buku saku sangat diharapkan, dan mohon dikirimkan melalui email ke alamat berikut:

support@cyberwhale.co.id

Selamat membaca!

TIM PENULIS

Dr. Antonius Alijoyo, ERMCP, CERG, CCSA, CFSA, CGAP, CRMA, CFE, QRGF, QCRO, QRMP

Bobby Wijaya, M.M., ERMCP, QRMP, CEH, CGP, CSA

Intan Jacob, M.M., QRMP

A. TINJAUAN SINGKAT

Dalam rangka mencapai tujuannya, organisasi pasti berhadapan dengan segala ketidakpastian - yang mungkin dapat menguntungkan atau merugikan organisasi. Berbicara tentang tujuan, pasti juga berbicara tentang masa depan. Untuk itu, organisasi Anda harus mampu memprediksi perubahan apa saja yang dapat menguntungkan dan menghambat organisasi - agar organisasi dapat mempersiapkan langkah pengendalian dan siap menghadapi tantangan.

Analisis skenario memungkinkan organisasi memprediksi peristiwa yang dapat terjadi di masa depan, dengan mempertimbangkan berbagai alternatif hasil yang dapat terjadi. Anda dapat menggunakan analisis skenario untuk mengidentifikasi tren bisnis, peristiwa risiko, perubahan teknologi, peraturan pemerintah, preferensi konsumen, dan sebagainya. Secara umum, analisis ini terdiri dari proses prediksi beberapa skenario untuk membuat persiapan dalam menghadapi segala kemungkinan yang terjadi di masa depan.

B. PENGGUNAAN

Sebagai salah satu alat bantu untuk melakukan penilaian risiko, analisis skenario dapat digunakan pada proses identifikasi risiko dan proses eksplorasi konsekuensi. Pada umumnya, analisis skenario dilakukan pada tingkat operasional sampai ke perencanaan strategis organisasi dan teknik ini dapat digunakan untuk jangka panjang (Long-term scenario analysis) maupun jangka pendek (Short-time scenario analysis).

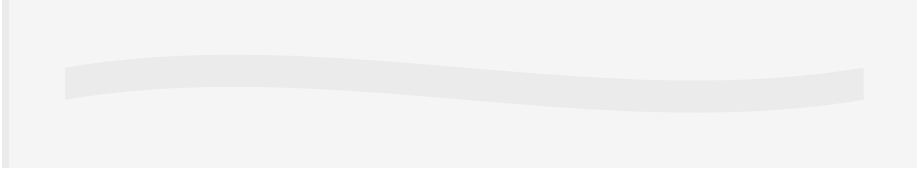


Analisis skenario jangka panjang dapat membantu organisasi membuat perencanaan perubahan besar di masa depan, dengan melihat peristiwa perubahan besar yang telah terjadi 50 tahun sebelumnya. Analisis jenis ini biasanya membahas tentang perubahan besar pada teknologi dan preferensi konsumen. Di samping itu, analisis skenario jangka pendek dapat membantu organisasi dalam menghadapi risiko yang bersifat taktis atau operasional (risiko yang hadapi sehari-hari) - seperti risiko terlambatnya pengiriman barang ke konsumen, risiko tidak tersedianya layanan organisasi untuk sementara waktu, dan lain-lain.

Lebih lanjut, Analisis skenario tidak dapat memprediksi tingkat kemungkinan terjadinya perubahan tersebut - namun analisis ini sangat berguna untuk memprediksi konsekuensinya. Sehingga dapat membantu organisasi menggunakan sumber dayanya dengan baik untuk beradaptasi dengan perubahan yang telah diprediksi sebelumnya. Untuk dapat menerapkan analisis skenario, Anda dapat mengikuti beberapa langkah mudah di bawah ini:

1. Pilih risiko yang hendak dianalisis

Pada tahap pertama, Anda harus mengetahui sasaran organisasi beserta apa saja risiko yang dihadapi, mulai dari risiko yang paling kecil hingga risiko yang paling besar. Untuk mengetahui risiko apa saja yang dihadapi organisasi, Anda dapat melakukan wawancara singkat atau menyebar kuesioner kepada seluruh unit bisnis atau divisi di organisasi. Dengan demikian, data yang terkumpul akan cukup lengkap dan menyeluruh.



Selanjutnya, untuk menentukan manakah yang merupakan risiko utama organisasi, Anda dapat melihat dari besaran konsekuensinya dan tingkat kemungkinan kejadiannya. Anda dapat melakukan komunikasi dan konsultasi dengan direktur terkait, unit manajemen risiko, atau membaca dokumen pedoman penerapan manajemen risiko organisasi.

Sebagai contoh, PT. AWX merupakan perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang tekstil dan garmen (fashion). Perusahaan ini telah beroperasi selama 50 tahun lebih sehingga telah mengalami perubahan tren bisnis yang cukup drastis - mengingat tren pada industri fashion yang sangat cepat berubah. Menghadapi hal tersebut, PT. AWX berencana untuk melakukan pembentukan tim baru yaitu tim PS (Perencanaan Strategis).

Tahun ini, PT. AWX telah merekrut tim PS yang baru. Tugas pertama tim ini adalah melaksanakan Analisis Skenario untuk memprediksi tren bisnis dan preferensi konsumen selama satu tahun ke depan - khususnya di industri fashion.

Tim PS mengawali risetnya dengan melihat summary laporan perusahaan selama 50 tahun ke belakang. Hal ini bertujuan untuk mengetahui pola perubahan tren fashion di Indonesia dan internasional. Tidak butuh waktu lama, Tim PS berhasil mendapatkan informasi bahwa tren fashion dunia diprediksi akan kembali menggunakan gaya tahun 80-an. Hal ini juga diperkuat dengan banyaknya literatur fashion internasional yang menyatakan hal serupa.

Mengetahui hal itu, Tim PS segera melakukan diskusi dengan para pemangku kepentingan organisasi yang relevan untuk melakukan identifikasi risiko - agar perusahaannya dapat menjaga dan meningkatkan reputasinya saat perubahan tren tersebut terjadi. Hasil dari identifikasi risiko menunjukkan bahwa PT. AWX menghadapi beberapa risiko, antara lain:

- **Risiko Produksi** - Kesulitan mendapatkan bahan baku khusus untuk membuat pakaian dengan gaya tahun 80-an, karena hampir tidak ada pemasok yang menyadari perubahan tren secepat ini.
- **Risiko Produksi** - Target produksi tidak tercapai, karena karyawan yang memproduksi kurang berpengalaman membuat pakaian bergaya tahun 80-an.
- **Risiko Pemasaran** - Pangsa pasar brand lokal yang semakin tergerus, karena brand internasional yang semakin banyak beredar di Indonesia.

Berdasarkan data dari identifikasi risiko, Tim PS memutuskan untuk melakukan analisis skenario pada satu risiko saja. Risiko tersebut adalah risiko pangsa pasar brand lokal yang semakin tergerus, yang disebabkan karena brand internasional yang semakin banyak beredar di Indonesia.

2. Identifikasi sumber daya

Proses selanjutnya adalah melakukan identifikasi sumber daya yang dimiliki organisasi. Identifikasi sumber daya bertujuan untuk mengetahui kapasitas dan kapabilitas organisasi untuk menghadapi risiko di masa depan. Apabila Anda mengetahui sumber daya organisasi dengan baik, maka Anda akan dapat mempersiapkan strategi dan alokasi sumber daya untuk mendukung strategi tersebut dalam rangka menghadapi risiko di masa depan. Sumber daya organisasi dapat ditemukan dalam berbagai bentuk namun tidak terbatas pada:

- **Sumber daya finansial:** Kemampuan organisasi terkait seberapa besar kapasitas finansial organisasi dan seberapa banyak mereka mampu menangani kerugian finansial.
- **Sumber daya reputasi:** Kemampuan organisasi terkait seberapa besar pengaruh reputasi organisasi terhadap preferensi konsumen.
- **Sumber daya tenaga ahli:** Kemampuan organisasi terkait seberapa banyak tenaga ahli yang dimiliki.

Untuk mengetahui sumber daya yang dimiliki organisasi, Anda dapat melakukan wawancara kepada pihak yang memimpin divisi-divisi di organisasi Anda. Pada umumnya, pemimpin divisi dapat mengetahui kapasitas dan kapabilitas sumber daya yang dimiliki divisinya.

Sebagai lanjutan dari contoh sebelumnya, Tim PS melanjutkan analisisnya dengan mengidentifikasi sumber daya PT. AWX. Tim PS melakukan wawancara dengan kepala divisi Pemasaran, Keuangan, dan Produksi untuk mengetahui sumber daya organisasinya - sehingga menghasilkan informasi sebagai berikut:

- **Sumber daya finansial:** PT. AWX memiliki aset lancar sebesar 150 miliar dan mampu menanggung kerugian finansial hingga Rp 100 miliar.
- **Sumber daya reputasi:** Brand yang diproduksi PT. AWX merupakan brand Top 5 terbaik di Indonesia, untuk kategori fashion milenial. Dengan demikian, produk-produk baru yang diluncurkan oleh PT. AWX dapat mempengaruhi preferensi konsumen dalam menggunakan fashion
- **Sumber daya tenaga ahli:** PT. AWX memiliki tenaga ahli yang merupakan tim desainer fashion bersertifikasi, sehingga mampu membantu perusahaan menciptakan produk yang unik, khas, dan istimewa untuk penggunaanya.

3. Menyusun skenario

Pada umumnya, skenario yang disusun dapat berbentuk sebuah cerita yang menggambarkan bagaimana risiko tersebut dapat terjadi di masa depan, beserta dengan penyebab risiko tersebut dan konsekuensi yang dapat ditimbulkannya. Untuk memberikan gambaran, berikut ini adalah contoh skenario risiko pangsa pasar brand lokal yang semakin tergerus yang dialami PT. AWX.

"Dalam satu tahun ke depan, tren fashion diprediksi akan bergerak kembali menuju tahun 80-an. Hal ini disebabkan karena masyarakat dunia saat ini yang mulai kembali menyukai hal-hal bernuansa tahun 80-an - seperti musik dan acara hiburan di televisi. Maka, banyak pakar yang memprediksi bahwa industri fashion milenial juga akan mengikuti tren tersebut.

PT. AWX sebagai Top 5 millennial's fashion brand di Indonesia harus mampu menjaga dan meningkatkan reputasinya. Untuk memenuhi hal tersebut, perusahaan ini harus mampu memprediksi berbagai skenario di masa depan. Terutama skenario terkait risiko pangsa pasar brand lokal yang semakin tergerus, karena semakin banyaknya brand internasional yang beredar di Indonesia.

Skenario normalnya adalah, PT. AWX harus bekerja keras karena persaingan yang sangat ketat - untuk selalu menciptakan inovasi produk dengan desain se-menarik mungkin. Jika skenario ini terjadi, omset perusahaan ini hanya akan berada di kisaran Rp 6 - 10 miliar per bulan.

Konsekuensi dari skenario pertama adalah PT. AWX harus bekerja ekstra keras, terutama tenaga ahli desain dan tim pemasaran. Karena kedua divisi tersebut menjadi pion utama yang senantiasa menciptakan inovasi desain fashion perusahaan. Jika persaingannya semakin ketat, maka dapat menyebabkan perusahaan mengeluarkan biaya yang lebih besar untuk melakukan riset, sedangkan hal tersebut belum tentu membuat pemasukan lebih besar juga.

Skenario kedua adalah PT. AWX akan mendapat omset yang lebih tinggi per bulannya. Hal ini dapat terjadi apabila konsumen lokal sudah mulai sadar untuk mendukung brand dalam negeri, karena dapat memajukan perusahaan dalam negeri dan meningkatkan perekonomian negara. Ditambah lagi, jika brand PT. AWX dapat terjual dalam jumlah besar di luar negeri, maka omset perusahaan ini dapat mencapai Rp 20 - 30 miliar per bulan.

Skenario kedua merupakan skenario terbaik, namun tetap menimbulkan konsekuensi. Penjualan produk yang meningkat di dalam negeri dan luar negeri dapat membuat PT. AWX kesulitan memenuhinya. Hal ini juga mengingatkan kembali akan risiko sulitnya mendapatkan bahan baku khusus produksi fashion bergaya tahun 80-an. Jika tidak dapat mengatasi hal ini, maka PT. AWX dapat menurunkan reputasi baiknya.

Skenario ketiga adalah skenario terburuk untuk PT. AWX, skenario ini terjadi apabila pola pikir konsumen Indonesia yang semakin bangga menggunakan brand luar negeri dan semakin tidak peduli dengan brand lokal. Ini sangat mungkin terjadi, mengingat gengsi konsumen Indonesia yang sangat tinggi. Skenario ini dapat menjadi lebih buruk apabila penjualan produk PT. AWX di luar negeri menurun dan kalah dengan brand lokal di negara tersebut.

Skenario terburuk ini menimbulkan beberapa konsekuensi besar, yang pertama adalah omset perusahaan yang hanya akan mencapai Rp 1 - 5 miliar saja per bulan. Konsekuensi kedua adalah reputasi perusahaan akan hancur, karena tidak mampu menggarap pasar dalam negeri dan luar negeri dengan baik. Jika kedua konsekuensi ini tidak dikendalikan selama tiga bulan, maka PT. AWX dapat mengalami kerugian sebesar Rp 50 - 100 miliar."



Sebagai tambahan, Anda juga perlu menghindari pembuatan skenario yang terlalu bertele-tele. Pimpinan puncak organisasi Anda juga tidak akan menyukai skenario yang terlalu panjang. Anda cukup menyampaikan penyebab risiko, peristiwa risiko, dan konsekuensi yang mungkin terjadi saja. Usahakan untuk selalu gunakan data yang akurat, agar dapat memperkecil tingkat ketidakpastian yang akan dihadapi.

4. Menyiapkan Strategi/Kendali

Langkah selanjutnya yaitu menyiapkan strategi untuk menghadapi skenario yang terjadi. Strategi dapat juga disebut sebagai kendali (control). Pada umumnya, kendali terbagi dalam tiga jenis, yaitu kendali preventif, detektif, dan korektif.

1. Kendali preventif dilakukan untuk mengurangi tingkat kemungkinan terjadinya risiko.
2. Kendali detektif dilakukan dalam rangka mencari tahu atau mendeteksi suatu peristiwa risiko.
3. Kendali korektif dilakukan sebagai langkah perbaikan jika suatu peristiwa risiko telah terjadi agar dapat mengurangi besaran konsekuensi yang ditanggung.

Jika ditanya manakah kendali yang paling efektif untuk mengelola risiko, maka jawabannya adalah tidak ada. Setiap kendali memiliki fungsinya masing-masing. Akan tetapi, organisasi selalu disarankan untuk selalu melakukan tindakan pencegahan karena mencegah lebih baik dari pada mengobati. Perlu diingat bahwa biaya yang dikeluarkan untuk mencegah cenderung lebih rendah dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan untuk melakukan pemulihan/perbaikan.

Sebagai contoh, berikut ini adalah strategi/kendali preventif untuk ketiga skenario yang telah dijelaskan pada sub-bab sebelumnya.

- **Strategi/kendali skenario normal**

- o **Preventif** - Melaksanakan riset untuk inovasi desain produk sejak dini, sehingga PT. AWX sudah memiliki timeline untuk memperbarui desain produknya.
- o **Korektif** - Memproduksi pakaian bergaya tahun 80-an untuk segmentasi non-milenial, seperti untuk segmentasi baby boomer, atau segmentasi Big Size. Hal ini bertujuan untuk menurunkan konsekuensi dari persaingan ketat.

- **Strategi/kendali skenario terbaik**

- o **Preventif** - Mencari bahan baku khusus sejak saat ini, kemudian melakukan investasi pada tim riset agar dapat memproduksi sendiri bahan baku tersebut. Sehingga apabila penjualan meningkat drastis, PT. AWX tidak akan kesulitan mengikutinya.
- o **Korektif** - Mengubah strategi promosi dengan meningkatkan harga produk dan membangun persepsi bahwa produk buatan PT. AWX adalah produk limited edition. Sehingga reputasi perusahaan tidak akan hancur jika stok produk sudah habis di pasar.



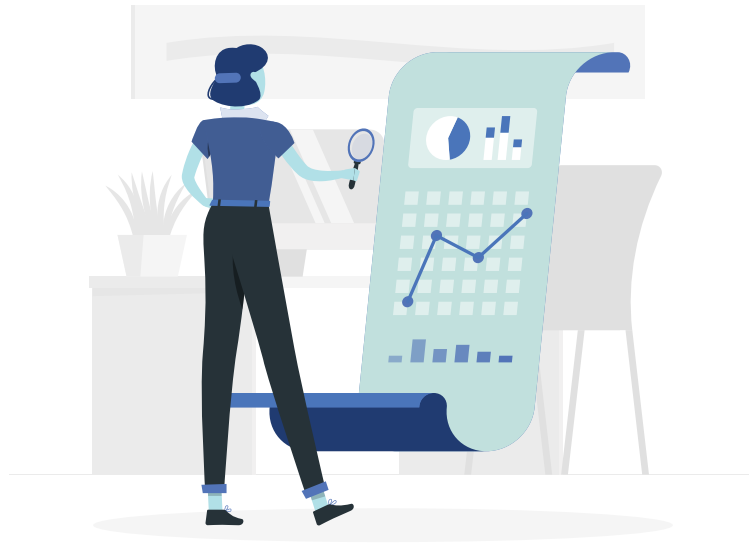
- **Strategi/kendali skenario terburuk**

- o **Preventif** - Mengikuti pameran fashion di dalam negeri dan luar negeri. Dengan menjadi tenant dalam pameran tersebut, maka PT. AWX dapat memamerkan inovasi desain dari brand yang di produksinya.
- o **Preventif** - Menggencarkan promosi di sosial media, agar konsumen dalam negeri dan luar negeri menjadi aware dengan brand PT. AWX sejak perubahan tren belum dimulai.
- o **Korektif** - Menambah model bisnis baru dengan menerima order pakaian dalam jumlah besar, seperti seragam. Hal ini bertujuan untuk menurunkan konsekuensi kerugian dengan menambah sumber pendapatan lainnya.

5. Evaluasi skenario dan strategi

Tujuan dari tahap paling akhir ini adalah untuk mengevaluasi skenario dan setiap strategi atau kendali yang sudah disiasatkan. Dengan demikian, organisasi memiliki guidance dalam menghadapi suatu skenario yang akan terjadi serta membantu organisasi bertindak dan mengambil keputusan dengan cepat dan tepat.

Evaluasi skenario dan strategi harus melibatkan tim pelaksana analisis skenario, beserta dengan para pemangku kepentingan yang relevan di organisasi Anda. Tujuan dari keterlibatan ini adalah untuk menginformasikan kepada para pemangku kepentingan apa yang sudah direncanakan oleh organisasi, agar tidak terjadi kesalahan pemahaman dan koordinasi pada saat suatu skenario terjadi.



C. KELUARAN

Seperti yang dijelaskan pada bagian Penggunaan ketiga, skenario untuk risiko pangsa pasar brand lokal yang semakin tergerus bisa saja lebih dari satu. Karena pada dasarnya, suatu risiko dapat terjadi karena beberapa penyebab risiko - dan dapat menghasilkan beberapa konsekuensi risiko juga. Sehingga sangat memungkinkan apabila suatu risiko memiliki beberapa skenario.

Oleh karena itu, keluaran dari analisis skenario merupakan laporan lengkap yang berisikan:

- Sasaran umum organisasi;
- Daftar risiko yang dihadapi;
- Deskripsi skenario dari risiko yang dianalisis; dan
- Strategi/kendali usulan dari tiap skenario.

Pada bagian akhir laporan, Anda dapat menambahkan Tabel Analisis Skenario. Tabel ini bertujuan untuk menggambarkan seluruh skenario beserta dengan strategi/kendalinya secara singkat. Berdasarkan contoh studi kasus yang telah dijelaskan pada bagian penggunaan, maka akan menghasilkan Tabel Analisis Skenario sebagai berikut:

Tabel 1. Keluaran Analisis Skenario - Tabel Analisis Skenario

Skenario Normal	Strategi/Kendali	Skenario Terbaik	Strategi/Kendali	Skenario Terburuk	Strategi/Kendali
<p>PT. AWX harus bekerja keras karena persaingan yang sangat ketat, untuk selalu menciptakan inovasi produk dengan desain se-menarik mungkin. Omset per bulannya mencapai Rp 6 - 10 miliar.</p> <p>Konsekuensinya adalah PT. AWX harus bekerja ekstra keras, terutama tenaga ahli desain dan tim pemasaran. Jika persaingannya semakin ketat, maka dapat menyebabkan perusahaan mengeluarkan biaya yang lebih besar untuk melakukan riset, sedangkan hal tersebut belum tentu membuat pemasukan lebih besar juga.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Preventif - Melaksanakan riset untuk inovasi desain produk sejak dini, sehingga PT. AWX sudah memiliki timeline untuk memperbaiki desain produknya. ○ Korektif - Memproduksi pakaian bergaya tahun 80-an untuk segmentasi non-milenial, seperti untuk segmentasi baby boomer, atau segmentasi Big Size. Hal ini bertujuan untuk menurunkan konsekuensi dari persaingan ketat. 	<p>Konsumen lokal sudah mulai sadar untuk mendukung brand dalam negeri. Sehingga brand PT. AWX dapat terjual dalam jumlah besar di dalam negeri dan luar negeri dan omset per bulan mencapai RP 20 - 30 miliar.</p> <p>Konsekuensinya adalah, penjualan produk yang meningkat dapat membuat PT. AWX kesulitan memenuhinya. Karena sulitnya mendapatkan bahan baku khusus produksi fashion bergaya tahun 80-an. Jika tidak dapat mengatasi hal ini, maka PT. AWX dapat menurunkan reputasi baiknya.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Preventif - Mencari bahan baku khusus sejak saat ini, kemudian melakukan investasi pada tim riset agar dapat memproduksi sendiri bahan baku tersebut. Sehingga apabila penjualan meningkat drastis, PT. AWX tidak akan kesulitan mengikutinya. ○ Korektif - Mengubah strategi promosi dengan meningkatkan harga produk dan membangun persepsi bahwa produk buatan PT. AWX adalah produk limited edition. Sehingga reputasi perusahaan tidak akan hancur jika stok produk sudah habis di pasar. 	<p>Pola pikir konsumen Indonesia yang semakin bangga menggunakan brand luar negeri dan semakin tidak peduli dengan brand lokal. Kemudian, penjualan produk PT. AWX di luar negeri menurun dan kalah dengan brand lokal di negara tersebut.</p> <p>Konsekuensinya adalah omset perusahaan yang hanya akan mencapai Rp 1 - 5 miliar saja per bulan. Reputasi perusahaan juga akan hancur, karena tidak mampu menggarap pasar dalam negeri dan luar negeri dengan baik. Jika kedua konsekuensi ini tidak dikendalikan selama tiga bulan, maka PT. AWX dapat mengalami kerugian sebesar Rp 50 - 100 miliar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Preventif - Mengikuti pameran fashion di dalam negeri dan luar negeri. Dengan menjadi tenant dalam pameran tersebut, maka PT. AWX dapat memamerkan inovasi desain dari brand yang di produksinya. ○ Preventif - Menggencarkan promosi di sosial media, agar konsumen dalam negeri dan luar negeri menjadi aware dengan brand PT. AWX sejak perubahan tren belum dimulai. ○ Korektif - Menambah model bisnis baru dengan menerima order pakaian dalam jumlah besar, seperti seragam. Hal ini bertujuan untuk menurunkan konsekuensi kerugian dengan menambah sumber pendapatan lainnya.

D. KEKUATAN DAN KETERBATASAN

Kekuatan meliputi:

- Memperhitungkan berbagai kemungkinan yang dapat terjadi di masa depan
- Mendukung keragaman pemikiran yang dapat mendasari analisis
- Strategi yang dibuat dapat membangun ketahanan organisasi di masa depan

Keterbatasan meliputi:

- Sangat bergantung dengan kemampuan tim pelaksana, kemampuan analisis yang rendah dapat membuat analisis ini gagal
- Semakin panjang jangka waktu skenario yang diprediksi, semakin besar ketidakpastian yang dihadapi
- Semakin panjang jangka waktu skenario yang diprediksi, semakin membutuhkan data dan informasi yang banyak, sehingga analisis skenario akan berjalan semakin lama

E. SIMPULAN

Analisis skenario dapat menggambarkan dengan jelas mengenai bagaimana organisasi Anda dapat menghadapi risiko tertentu. Terutama dalam menggambarkan penyebab suatu risiko, peristiwa risiko, dan konsekuensi dari risiko tersebut. Analisis ini benar-benar memperhitungkan ketidakpastian yang dihadapi organisasi Anda di masa depan, sehingga memungkinkan Anda menciptakan strategi preventifnya. Oleh karena itu, semakin akurat data yang Anda kumpulkan, semakin baik pula strategi yang Anda ciptakan - sehingga organisasi Anda tidak rentan dari berbagai ketidakpastian di masa depan.

TABEL 31 TEKNIK PENILAIAN RISIKO BERBASIS ISO 31010

ALAT BANTU DAN TEKNIK	PROSES PENILIAN RISIKO				
	IDENTIFIKASI RISIKO	ANALISIS RISIKO			EVALUASI RISIKO
		Konsekuensi	Probabilitas	Tingkat Risiko	
Curah pendapat	SA*	NA*	NA	NA	NA
Wawancara terstruktur atau semi-terstruktur	SA	NA	NA	NA	NA
Delphi	SA	NA	NA	NA	NA
Daftar periksa	SA	NA	NA	NA	NA
Analisis pendahuluan potensi bahaya	SA	NA	NA	NA	NA
Studi potensi bahaya dan operabilitas (HAZOP)	SA	SA	A*	A	A
Analisis potensi bahaya dan titik kendali kritis (HACCP)	SA	SA	NA	NA	SA
Penilaian risiko lingkungan	SA	SA	SA	SA	SA
Struktur “apa-jika” (SWIFT)	SA	SA	SA	SA	SA
Analisis skenario	SA	SA	SA	A	A
Analisis dampak bisnis	A	SA	A	A	A
Analisis akar penyebab	NA	SA	SA	SA	SA
Analisis modus kegagalan dan dampak	SA	SA	SA	SA	SA
Analisis pohon kesalahan	A	NA	SA	A	A
Analisis pohon kejadian	A	SA	A	A	NA
Analisis sebab dan konsekuensi	A	SA	SA	A	A
Analisis sebab dan akibat	SA	SA	NA	NA	NA
Analisis lapisan proteksi (LOPA)	A	SA	A	A	NA
Pohon keputusan	NA	SA	SA	A	A
Analisi keandalan manusia	SA	SA	SA	SA	A
Analisis dasi kupu-kupu	NA	A	SA	SA	A
Pemeliharaan yang terpusat pada keandalan	SA	SA	SA	SA	SA
Analisis rangkaian selinap	A	NA	NA	NA	NA
Analisis Markov	A	SA	NA	NA	NA
Simulasi Monte carlo	NA	NA	NA	NA	SA
Statistik Bayesian dan jaring Bayes	NA	SA	NA	NA	SA
Kurva	A	SA	SA	A	SA
Indeks risiko	A	SA	SA	A	SA
Matriks Konsekuensi/probabilitas	SA	SA	SA	SA	A
Analisis biaya/manfaat	A	SA	A	A	A
Analisis keputusan multikriteria (MCDA)	A	SA	A	SA	A

SA : Strongly Aplicable

A : Aplicable

NA : Not Aplicable



Dibuat untuk PSB:

LSP MKS

Jl. Batununggal Jelita V No. 15
Bandung, Indonesia

P: (+62-22) 8730 4033 

M: (+62) 812 2054 0542  

E: sekretariat@lspmks.id



Disusun oleh:

CRMS Indonesia

Jl. Batununggal Indah IV No. 97
Bandung, Indonesia

P: (+62-22) 8730 1035 

M: (+62) 81 2222 00 775  

F: (+62-22) 7513 219 

E: sekretariat@crmsindonesia.org



Didukung oleh:

CyberWhale

Jl. Batununggal Jelita V No. 15
Bandung, Indonesia

P: (+62-22) 8730 4033 

M: (+62) 812 2451 5052  

E: support@cyberwhale.co.id