

Analisa Resiko e-Marketing Untuk Industri Kecil Dan Menengah

Mita Sendri Septya Ardhita¹, Kevin Jody Mahendra², Mutia Aprilliani³

Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa
Surakarta

Jl. Ki Mangun Sarkoro N0.20 Nusukan Banjarsari Surakarta, Kode Pos 57135

HP 082228494779

E-mail: kvnjodi@gmail.com

Abstrak

Kelompok pembuat “risol mayo 99” merupakan unit usaha mikro, termasuk dalam industri kecil dan menengah (IKM) yang dalam kegiatan penjualannya menggunakan metode penjualan digital marketing, Untuk meningkatkan penjualannya, unit usaha ini mencoba mengembangkannya melalui online marketing. Namun ternyata, unit usaha ini menemui kendala. Produk-produk unggulannya dijiplak oleh pihak yang tidak bertanggungjawab dan dibuat dalam jumlah masal dengan kualitas rendah dan dipasarkan. Kondisi ini sangat merugikan pelaku usaha industri kecil menengah. Keadaan ini memotivasi tim penulis untuk membantu memberikan solusi melalui pendekatan metode analisis risiko e-Marketing dan memberikan usulan solusi pemasaran dan penjualan yang sesuai. Pertimbangan analisa kelayakan sederhana juga dilakukan untuk memilihkan alternatif solusi terbaik yang dapat memitigasi risiko yang ada sekaligus meningkatkan penjualan bagi unit usaha tersebut.

Kata Kunci: e-Marketing, Online Selling, Risiko, Usaha Mikro

Abstract

The mayo risol making group is a micro business unit, included in small and medium industries (IKM) which in its sales activities uses digital marketing sales methods. To increase sales, this business unit is trying to develop it through online marketing. However, it turns out, this business unit encountered problems. Its superior products are plagiarized by irresponsible parties and made in mass quantities with low quality and marketed. This condition is very detrimental to small and medium industrial businesses. This situation motivates the writing team to help provide solutions through an e-Marketing risk analysis method approach and provide appropriate marketing and sales solution proposals. Consideration of a simple feasibility analysis is also carried out to select the best alternative solution that can mitigate existing risks while increasing sales for the business unit.

Keywords: e-Marketing, Online Selling, Risk, Micro Business

Pendahuluan

Pada saat ini banyak sekali Masyarakat yang lebih menyukai makanan siap saji dengan rasa yang enak dan harga relative murah, namun kualitas tetap terjamin. Untuk memenuhi permintaan Masyarakat tersebut harus diciptakan suatu kegiatan usaha yang sifat nya kreatif, inovatif dan memiliki daya saing yang tinggi, sehingga dapat menarik perhatian Masyarakat untuk membeli produk yang kita tawarkan. Salah satu makanan siap saji adalah “ Risol Mayo 99” . Risol adalah makanan cocok dengan lidah orang Indonesia.Oleh karena itu, ini dapat menjadi peluang usaha bagi kami untuk menjual “Risol Mayo 99” yang enak namun dengan

harga yang terjangkau oleh semua kalangan. Risol adalah makanan yang terbuat dari kulit lumpia dengan isi sosis dengan topping mayones dan saus di atasnya, yang akan menambah rasa nikmat saat dimakan.

Dalam memulai usaha, yang pertama kali harus diketahui adalah peluang pasar dan cara menarik minat para konsumen. Peluang pasar yang hendak kita capai dalam bisnis dan bagaimana cara memperoleh order tersebut. Yang kedua adalah kita harus mampu menganalisis keunggulan dan kelemahan pesaing dan kemampuan kita untuk bersaing dengan mereka baik dari sisi harga, pelayanan, dan kualitas harus ditingkatkan. Jangan lupa harus siap menghadapi resiko, dimana resiko bisnis adalah untung atau rugi.

Agar usaha ini dikenal Masyarakat, tentu saja harus dilakukan promosi, baik dengan cara menyebarkan brosur, memasang iklan di media cetak/elektronik, memasang spanduk ataupun promosi dari mulut ke mulut. Promosi ini dilakukan dengan tujuan untuk menarik minat calon pembeli atas produk yang ditawarkan. Manajemen risiko menyoroti fakta bahwa kelangsungan hidup badan usaha bergantung sangat bergantung pada kemampuannya untuk mengantisipasi dan mempersiapkan perubahan, daripada menunggu perubahan dan kemudian bereaksi. Harus dipahami dengan jelas bahwa tujuan dari manajemen risiko bukan untuk mencegah atau melarang pengambilan risiko, tetapi untuk memastikan bahwa risiko secara sadar diambil dengan pengetahuan yang lengkap dan pemahaman yang jelas sehingga dapat diukur untuk membantu dalam mitigasinya.

Metodologi

Metode pelaksanaan kegiatan industri kecil menengah ini menggunakan pendekatan Manajemen Risiko Teknik e-Marketing. Ruang lingkup dan objek usaha UMKM ini ditujukan untuk semua kalangan masyarakat. Mitra bergerak di bidang kuliner. Persoalan yang harus diselesaikan menyangkut dua bidang, yaitu pengelolaan manajemen dan manajemen pemasaran dan penjualan. Kedua bidang persoalan ini diatasi dengan pendekatan terintegrasi. Potensi risiko e-marketing diidentifikasi melalui observasi, wawancara, focus group discussion terhadap beberapa stakeholder terkait. Disini peran UMKM mitra saat diperlukan untuk dapat menggali data dan memetakan persoalan dengan baik. Identifikasi register risiko dilanjutkan dengan proses pengukuran dan analisis penyebab risiko tersebut. Dilanjutkan dengan mengembangkan alternatif solusi melalui scenario analysis dan melakukan studi kelayakan sederhana untuk mempertimbangkan alternatif yang ada dan mencari solusi yang dapat meminimumkan risiko kerugian penjualan bagi UMKM Mitra.

Hasil Dan Pembahasan

Pelaku UMKM banyak yang kurang peduli akan risiko yang berdampak langsung pada usahanya. Mereka hanya berfokus pada mencari laba padahal risiko itu sendiri sangat berkaitan dengan operasional perusahaan yang nantinya akan berdampak langsung pada profit perusahaan. Oleh karena itu para pelaku usaha UMKM perlu memperhatikan proses – proses manajemen risiko. Manajemen risiko pada dasarnya dilakukan melalui proses proses yang terdiri atas :

1. Melakukan identifikasi risiko

Mengidentifikasi risiko yang akan terjadi supaya dapat memajemen risiko dengan baik dan mengetahui risiko tersebut dapat dihadapi, dihindari, ataupun ditransfer. Hal yang perlu diperhatikan dalam mengidentifikasi risiko menurut Bambang Ryanto Rustam yaitu dilakukan identifikasi risiko secara berkala dan melakukan analisis dari seluruh sumber risiko. UMKM Risol Mayo telah teridentifikasi risiko risiko yang ada terbagi atas 4 kelompok risiko.

I. Risiko Keuangan

- a. Usaha terhenti ini dapat disebabkan kurangnya modal karena ini merupakan suatu bisnis mikro kecil menengah sehingga menimbulkan keterbatasan persediaan
- b. Harga semakin mahal dapat disebabkan adanya inflasi dari bahan baku seperti naiknya harga telur dan barang pokok lainnya
- c. Uang usaha digunakan untuk kepentingan dapat disebabkan karena pencatatan akuntansi yang belum tersistemasi dan dapat mengakibatkan modal usaha yang berkurang.

II. Risiko Operasional

- a. Kurangnya tenaga kerja dapat disebabkan karena terbatasnya modal
- b. Operasional tidak teratur dapat disebabkan tidak ada SOP yang jelas sehingga menyebabkan tidak ada konsistensi rasa, pelayanan, dan pencatatan laporan keuangan

III. Risiko pemasaran

- a. Tempat yang ada di dalam gang kecil disebuah desa dari target pemasaran dapat disebabkan karena terbatasnya modal sehingga dapat menyebabkan tidak tepat pada target pemasaran, dan berkurangnya konsumen
- b. Produk tidak terkenal luas ini disebabkan karena makanan cepat basi dan tidak mempunyai mesin vakum karena produk ini merupakan produk basah jadi akan cepat basi jika produk ini tidak menggunakan mesin vakum sealer dan mesin tersebut cukup mahal sehingga mengakibatkan penjualan yang kurang luas.

IV. Risiko Produk

Risiko produk merupakan Risiko yang meyatu dengan dengan Risiko Operasional, namun letak perbedaannya pada Output Produk (Barang Jadi) yang telah dihasilkan oleh suatu perusahaan. Yang memiliki hubungan erat langsung dengan konsumen (Customer). Tentunya Dalam sebuah bisnis dari sektor apapun pasti memiliki sebuah risiko yang perlu diantisipasi dan dapat diminimalisir supaya risiko tersebut tidak menjadi sebuah weakness point bagi usaha UMKM ini.

Belum ada ukuran yang pasti terkait hal tersebut. Dari 3 Risiko yang telah diidentifikasi, untuk risiko yang pertama yaitu :

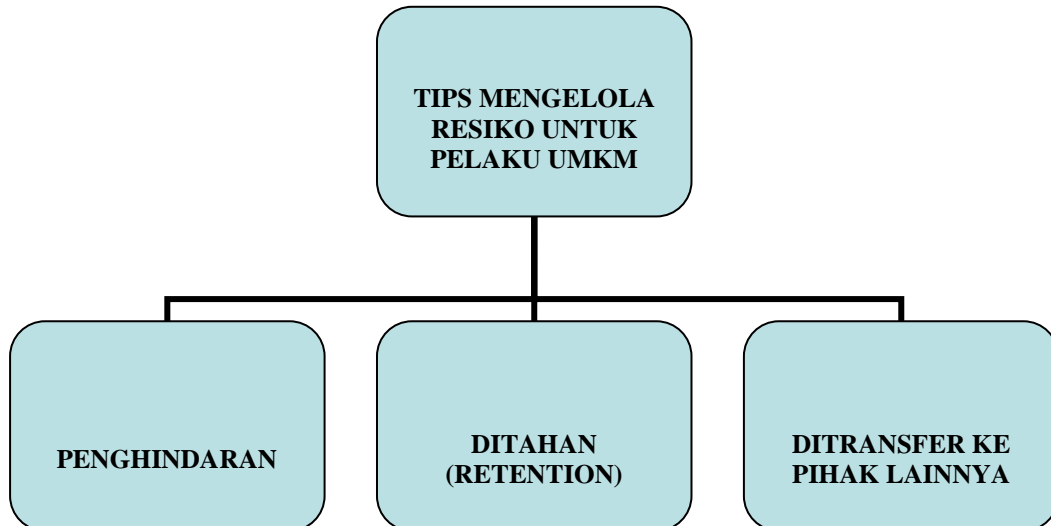
- a. Produk Kadaluarsa, sering terjadi pada bisnis-bisnis makanan terutama pada bahan baku. Hal ini disebabkan oleh karena bisa jadi produk tidak laku sehingga terlalu lama disimpan, atau sistem pengelolaan terhadap bahan baku atau produk dari perusahaan tersebut masih lemah.
- b. Untuk yang kedua, yaitu kemasan produk kurang menarik, tergantung cara perusahaan dapat mendesign sebaik mungkin produk tersebut dapat memikat konsumen, penting bagi perusahaan untuk bisa beradaptasi dengan selera konsumen yang seiring waktu terus berubah, perlu sebuah inovasi dari pihak perusahaan untuk bisa mengemas atau mendesign produk sebaik mungkin, agar terlihat menarik dan memberikan kepercayaan kepada konsumen..
- c. Terakhir, yang ketiga yaitu Kuantitas produk Tidak Sesuai Standar, risiko ini sering terjadi karena Produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan hal yang diinginkan ,untuk usaha risol mayo, biasa mendapat keluhan dari konsumen, terkait standar atau proporsi yang perlu diperhatikan lagi, hal ini disebabkan karena Human Resource yang error atau kelalaian dari tenaga kerja itu sendiri, dan perlu sebuah evaluasi kembali.

2. Pengelolaan risiko

Langkah terakhir dalam proses manajemen risiko adalah pengelolaan risiko. Setelah analisis dan evaluasi risiko, langkah berikutnya adalah mengelola risiko. Risiko penting untuk dikelola karena UMKM yang gagal mengelola risiko akan menerima konsekuensinya. Konsekuensi yang diterima seperti mengalami kerugian yang kecil bahkan hingga besar, kehilangan pelanggan, penutupan usaha, dll. Untuk itu resiko-resiko yang telah diidentifikasi dan dinilai perlu untuk dikelola dengan baik. Pengelolaan risiko yang ditahan maksudnya adalah menghadapi risiko tersebut. Risiko yang harus ditahan adalah harga bahan baku yang semakin mahal, kurangnya

tenaga kerja. Risiko harga yang semakin mahal harus dihadapi kemudian lakukan pengelolaan dengan cara mengurangi kuantitas atau volume produknya. Kurangnya tenaga kerja dapat dilakukan dengan cara mencari tenaga kerja yang berpengalaman dibidang kuliner dan terampil.

BAGAN-BAGAN CARA MENGELOLA RESIKO UNTUK PELAKU UMKM



KESIMPULAN DAN SARAN

Menurut kami usaha ini dapat berkembang dan akan mencapai keberhasilan. Kami sangat yakin bahwa usaha ini akan maju dan terus berkembang karena dilakukan oleh orang-orang yang mempunyai kualitas dan bertanggung jawab dalam menjalankan setiap pekerjaannya. Kami sadar bahwa usaha ini tidak akan langsung berkembang pesat dan akan mengalami pasang surut dalam suatu usaha. Tapi kami tetap yakin dan akan terus berjuang untuk terus menerus menjalankan dan mengembangkan usaha ini.

Apapun usaha yang akan dijalankan harus memperhatikan segala macam pandangan atau peluang yang ada. Itulah kunci keberhasilan suatu usaha yang akan dijalankan. Dan merupakan tantangan bagi wirausahawan muda yang selalu dituntut untuk dapat beradaptasi dengan persaingan bisnis yang sangat ketat. Sehingga dari hal tersebut dapat diketahui bahwa peluang bisnis akan tercipta bila kita mampu menciptakannya. Karena saat ini tentu sangat sulit bagi calon pengusaha muda untuk dapat memasuki dunia bisnis tanpa benar-benar jeli dan paham mengenai bisnis yang akan dia geluti.

DAFTAR PUSTAKA

Nursanti, Ellysa, Fuad Achmadi, and Timotius FCW Sutrisno. "Analisis Risiko e-Marketing untuk Industri Kecil dan Menengah." *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri* 7.1 (2021): 25-29.

Muhtar, Muhammad AL, Anis Fitri Nur Masruriyah, and Afif Hakim. "PEMBEKALAN MANAJEMEN RESIKO PADA PELAKU USAHA UMKM DI DESA CIKUNTUL." *ABDIMA JURNAL PENGABDIAN MAHASISWA* 2.1 (2023): 1210-1220.

Sajjad, Mudrika Berliana As, et al. "Analisis Manajemen Risiko Bisnis." *Jurnal Akuntansi Universitas Jember* 18.1 (2020): 51-61.

Dewi, Kurnia, Hasanah Yaspita, and Airine Yulianda. *Manajemen Kewirausahaan*. Deepublish, 2020.