

ANALISIS RISIKO PEMASARAN DAN RISIKO KEUANGAN PADA USAHA MIKRO KULINER DI KOTA MEDAN

Susilawati

Perbankan dan Keuangan, Akuntansi, Politeknik Negeri Medan
susilawati@polmed.ac.id

ABSTRAK

Riset ini dilatarbelakangi oleh banyaknya usaha besar dan UMKM yang mengalami penurunan penjualan bahkan tidak sedikit yang mengalami kerugian yang besar sehingga berakibat pada tutupnya bisnis tersebut pada masa pandemi Covid 19. Bisnis yang terdampak langsung akibat dari pandemi Covid 19 ini antara lain yang bergerak pada sektor pariwisata, transportasi, properti, kuliner, entertain dan lain-lain. Penelitian ini adalah penelitian tindakan yang bertujuan untuk mengidentifikasi, menilai, melakukan tindakan perbaikan dan mengontrol manajemen resiko pemasaran pada salah satu usaha mikro kuliner di kota Medan yang bernama "Risol Ummu". Permasalahan yang dihadapi adalah penurunan penjualan mencapai sekitar 60% yang diikuti dengan penurunan laba yang terjadi pada bulan Februari 2020, dimana pada kurun waktu tersebut sedang terjadi pandemi Covid 19. Setelah dilakukan identifikasi permasalahan dan penilaian potensi kerugian, maka dilakukan rencana perbaikan sesuai dengan tahapan penyelesaian masalah dalam manajemen resiko. Perbaikan dilakukan dalam hal strategi penjualan dan inovasi produk serta dilakukan penyusunan laporan keuangan sederhana pada bulan April 2020. Rencana ini kemudian dilaksanakan dan dimonitoring dalam pelaksanaannya. Hasilnya mulai bulan Mei 2020 penjualan mengalami peningkatan yang signifikan sampai kembali kepada kondisi normal sebelum bulan Februari 2020.

Kata Kunci : Risiko Pemasaran, Risiko Keuangan, Penjualan

PENDAHULUAN

Jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia terus bertambah setiap tahun. Pada tahun 2018, jumlah UMKM mencapai 58,97 juta orang. Peningkatan jumlah UMKM ini membawa dampak yang cukup baik bagi perekonomian Indonesia mulai dari penyerapan tenaga kerja hingga kenaikan produk domestik bruto yang cukup besar, yaitu mencapai 60,34 persen di tahun 2018 (Permana, 2020).

Dalam suatu kegiatan bisnis, risiko adalah hal yang tidak dapat dihindari. Resiko memang merupakan hal yang wajar dalam kegiatan bisnis. Untuk itu, penting untuk memahami apa itu resiko atau dan jenis-jenis resiko dalam bisnis. Setiap perusahaan atau organisasi akan menghadapi resiko, tanpa melihat skala usaha, apakah usaha yang tergolong besar, kecil maupun mikro. Resiko yang dihadapi oleh suatu organisasi atau perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor baik dari dalam maupun dari luar. Resiko dalam organisasi antara lain resiko finansial/keuangan, resiko pemasaran, resiko operasional dan lain-lain.

Salah satu produk usaha mikro yang banyak terdapat di kota Medan adalah produk kuliner atau makanan. Sehubungan dengan terjadinya Pandemi Covid 19 pada awal tahun 2020, maka hal ini juga berpengaruh terhadap omset penjualan produk kuliner tersebut karena menurunnya daya beli masyarakat secara umum.

Risol Ummu, adalah usaha perorangan yang didirikan oleh bapak Khairul Rasyid dan istrinya pada bulan Agustus 2014 dengan Nomor Induk Berusaha : 9120209832939. Pada awalnya usaha ini hanya memiliki tenaga kerja hanya 3 orang dan produksi perhari 1.000 potong dengan 3 jenis produk kue, yaitu risol ayam sayur, lempeng dan sus, dan hanya memiliki sebuah outlet kecil di depan supermarket kompleks perumahan di kota Medan. Pada tahun 2017, usaha ini semakin berkembang, produksi dan penjualan semakin meningkat hingga mencapai 2.500 potong perhari, sehingga penjualan dilakukan secara offline dan online dari facebook/outlet sudah bertambah menjadi 2 buah, yaitu terletak di kompleks perumahan Setia Budi Indah Medan dan di Jalan Setia Budi Tanjung Sari Medan.

Pada awal tahun 2019, produksi dan penjualan terus meningkat mencapai 4.000 potong perhari atau senilai Rp. 10.000.000, dengan laba bersih 30% dari omset penjualan. Produk pun sudah bertambah dari 4 jenis menjadi 6 jenis. Karyawan juga bertambah menjadi 15 orang dan mulai bekerjasama dengan Grabfood dan Gofood dalam pemasaran produknya. Sejak awal berdiri sampai sekarang, permodalan perusahaan ini masih 100% dimiliki oleh pemiliknya dengan modal awal sebesar Rp 30.000.000. Aset yang dimiliki antara lain Oven kue, Mixer, Kompor Gas, Tabung Gas, Kulkas, Meja, Kursi dan Mobil Operasional. Untuk aspek keuangan, perusahaan ini belum menyusun laporan keuangan, namun sudah melakukan pencatatan transaksi keuangan pada buku kas.

Pada bulan Februari 2020, dampak dari pandemi covid 19 mulai terasa pada bisnis ini, sehingga produksi terpaksa diturunkan karena penjualan juga menurun sampai 60% dari kondisi normal, sehingga karyawan terpaksa diberlakukan kerja shift dengan hari kerja hanya 3 hari sepekan dari sebelumnya 6 hari sepekan. Outlet penjualan pun ditutup lebih awal dari kondisi normal (sebelum pandemi covid 19). Berdasarkan latar belakang tersebut, timbulah permasalahan, yaitu “Bagaimanakah Risol Ummu mempertahankan bisnisnya pada kondisi pandemi Covid-19?”.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis risiko pemasaran dan risiko keuangan yang mengakibatkan menurunnya penjualan dan laba perusahaan pada masa pandemi covid-19 dan mencari solusi dari permasalahan tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA

Defenisi Risiko dan Manajemen Risiko

Risiko merupakan penyimpangan hasil yang diperoleh dari yang diharapkan. Setiap usaha yang kita lakukan dalam kehidupan ini akan menimbulkan risiko, demikian juga halnya dengan perusahaan, tidak terlepas dari risiko, sehingga risiko perlu dikelola agar tidak menghasilkan kerugian bagi perusahaan. Perusahaan harus mengelola risiko dan menyeimbangkannya dengan strategi bisnisnya untuk mendapatkan hasil yang optimal. Manajemen risiko merupakan budaya, proses dan susunan yang diarahkan untuk meraih peluang potensial dan sekaligus mengelola akibat yang berpotensi merugikan (Djohanputro, 2004). Manajemen risiko dapat meningkatkan peluang kesuksesan mengurangi ketidakpastian dalam mencapai tujuan entitas secara umum.

Setiap keputusan yang diambil pasti memiliki risiko masing-masing. Sebuah organisasi harus menanggung kerugian jika risiko-risiko tidak diprediksi dan diantisipasi dari awal (Siahaan, 2007). Fokus manajemen risiko adalah mengenal pasti risiko dan mengambil tindakan yang tepat terhadap risiko. Tujuannya adalah terus menerus menciptakan nilai plus pada semua kegiatan organisasi (Tampubolon, 2005). Ketidakmampuan entitas dalam menangani berbagai risiko yang dihadapi dapat berakibat fatal bahkan bisa mengakibatkan perusahaan gulung tikar karena tidak sanggup menangani risiko yang tidak terduga. Manajemen risiko dapat meningkatkan nilai organisasi sekaligus mendukung pertumbuhan ekonomi dengan menurunkan biaya modal serta mengurangi ketidakpastian aktivitas sosial (Darmawi, 2002).

Jenis-Jenis Risiko

Secara umum, risiko diklasifikasikan atas risiko murni dan risiko spekulatif. Berdasarkan sifat, lingkup, skala dan jenis kegiatannya, risiko dibedakan atas risiko produksi, risiko pemasaran, risiko sumber daya manusia, risiko finansial/keuangan, risiko lingkungan dan risiko teknologi.

a. Risiko Pemasaran

Pemasaran adalah semua kegiatan usaha yang berhubungan dengan arus penyerahan barang dan jasa-jasa dari produsen ke konsumen. Dalam kegiatan pemasaran, dikenal konsep 4P yaitu yaitu product, price, placement, dan promotion. Risiko pemasaran adalah risiko yang berpotensi terjadi dan diketahui berapa besar kemungkinan kejadian tersebut terjadi pada semua kegiatan usaha yang berhubungan dengan kegiatan distribusi barang dan jasa dari produsen ke konsumen. (Adawiyah, 2012).

b. Risiko Keuangan

Risiko keuangan yaitu risiko sehubungan dengan pembiayaan yang dikeluarkan perusahaan agar perusahaan tersebut bisa beroperasi. Biaya untuk menjalankan perusahaan dapat dibedakan berdasarkan dua sumber, yaitu :

1. Pembiayaan internal

Pembiayaan internal adalah pembiayaan yang dananya diperoleh dari dana yang dihasilkan perusahaan.

2. Pembiayaan eksternal

Pembiayaan eksternal adalah pembiayaan yang dananya diperoleh dari luar perusahaan misalnya dari pinjaman bank atau dari pihak lainnya. Risiko keuangan harus diperhitungkan oleh perusahaan agar dapat dipastikan keberlangsungan usaha perusahaan tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian tindakan yang bertujuan untuk menyelesaikan persoalan bisnis dan ekonomi melalui aplikasi metode ilmiah. Tujuan utama dari penelitian tindakan ini adalah memecahkan masalah, bukan membuat kontribusi kepada ilmu pengetahuan.

Data yang diperlukan untuk menyelesaikan permasalahan dalam penelitian ini diperoleh langsung dari objek penelitian, yaitu berupa sejarah pendirian perusahaan, catatan penjualan dan aset yang dimiliki perusahaan khususnya pada periode 2019 dan 2020. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara kepada pemilik sekaligus pengelola perusahaan tentang permasalahan yang dihadapi, yaitu penurunan penjualan pada bulan Februari 2020.

Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis dengan tahapan-tahapan sesuai dengan tahapan yang dilakukan dalam manajemen risiko yaitu sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya risiko serta sumber terjadinya risiko. Beberapa cara yang bisa dilakukan pada tahapan identifikasi risiko ini antara lain: curah gagasan, ceklis, analisa SWOT, *Risk Breakdown Structure*, *Root Cause analysis*, Metode Delphi, wawancara dan lain-lain.
2. Penilaian Risiko. Penilaian risiko bisa dilakukan dengan mengukur tingkat probabilitas, konsekuensi serta kesulitan dalam mendeteksi risiko tersebut. Penilaian risiko ini dapat dilakukan secara kuantitatif dan kualitatif. Setelah itu tingkatan risiko yang ada dibuat tingkatan prioritas manajemennya.
3. Pengembangan Rencana untuk Merespon risiko. Dari hasil penilaian risiko, dapat ditentukan risiko yang akan dihadapi beserta akibatnya bagi organisasi. Untuk merespon risiko yang muncul tersebut dapat dibuat suatu Rencana Cadangan atau *contingency plan*. Respon terhadap risiko bisa dilakukan dengan menghilangkan risiko yang artinya menghapuskan semua kemungkinan terjadinya kerugian, meminimalkan risiko dilakukan dengan upaya-upaya untuk meminimumkan kerugian, menahan risiko berarti menanggung keseluruhan atau sebagian dari risiko, serta pengalihan risiko dapat dilakukan dengan memindahkan kerugian yang mungkin terjadi kepada pihak lain, misalnya perusahaan asuransi.
4. Mengontrol Risiko. Kontrol terhadap risiko dilakukan dalam proses *change management* yang berarti tahapan ini dapat kembali lagi ke tahapan awal jika timbul risiko-risiko baru. Pada tahap ini dilakukan *monitoring* dan *review* terhadap hasil sistem manajemen risiko yang dilakukan serta mengidentifikasi tindakan perbaikan yang perlu dilakukan. Manajemen risiko dapat diterapkan pada setiap tingkatan organisasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan pada bab 1, yaitu menurunnya penjualan mulai bulan Februari 2020, maka dilakukan analisis risiko pemasaran dan risiko keuangan. Analisis risiko dimulai dengan melakukan identifikasi faktor-faktor penyebab menurunnya penjualan tersebut. Seperti yang kita ketahui pada awal tahun 2020, virus covid-19 mulai masuk ke Indonesia, perlahan tapi pasti dampak dari hal ini adalah menurunnya daya beli konsumen, sehingga mengakibatkan turunnya penjualan beberapa sektor bisnis dan pengurangan serta pemutusan hubungan kerja dan bahkan

tutupnya bisnis yang selama ini bergerak di beberapa sektor kehidupan, antara lain, pariwisata, transportasi dan juga kuliner. Risol Ummu selama ini sebagian besar penjualannya dengan cara offline atau pembeli langsung membeli pada outlet penjualannya. Dengan munculnya pandemi covid-19, konsumennya mulai enggan mengunjungi outlet penjualan dan lebih memilih memesan makanan melalui internet kemudian tinggal menunggu pesanan diantar ke rumahnya. Hal ini tentu mengakibatkan penurunan penjualan yang pada akhirnya produksi terpaksa diturunkan dan jam kerja serta gaji karyawan juga dikurangi.

Selanjutnya dilakukan penilaian risiko pemasaran dan keuangan tersebut dan diputuskan risiko tersebut termasuk dalam kategori tinggi dan perlu penanganan segera karena mengakibatkan penurunan laba bahkan berpotensi menimbulkan kerugian bagi perusahaan jika tidak segera dilakukan tindakan perbaikan.

Maka disusunlah rencana untuk menangani risiko pemasaran dan keuangan yang mengakibatkan penurunan penjualan dan laba tersebut. Pada bulan April 2020, dilakukan rencana perbaikan sebagai berikut :

1. Penjualan melalui offline (pembeli mengunjungi outlet) dilakukan dengan menerapkan protokol kesehatan sesuai standar pemerintah yaitu menyediakan cuci tangan, membuat jarak pembatas antara pembeli dan penjual di outlet, pengunjung dan petugas outlet memakai masker dan sarung tangan serta makanan yg dibeli tidak boleh dimakan di outlet tapi harus dibawa pulang.
2. Penjualan online dengan melakukan kerjasama dengan Go food dan Grab Food.
3. Melakukan inovasi dengan cara menambah varian produk dengan meluncurkan 2 jenis produk baru.
4. Menjaga kualitas produk untuk mempertahankan loyalitas pelanggan.
5. Mendesain ulang logo, kemasan dan pamlet/plank merk sehingga terlihat baru dan lebih menarik.
6. Mendisain ulang outlet sehingga terlihat baru dan bersih serta nyaman.
7. Mendaftarkan produk ke LPPOM MUI untuk pngurusan sertifikat halal hal ini mengingat sebagian besar konsumen perusahaan adalah muslim.
8. Menyusun laporan keuangan sederhana untuk menilai apakah usaha mengalami peningkatan penjualan dan laba serta untuk mengontrol biaya-biaya yang dikeluarkan.

Setelah rencana tersebut dilakukan, maka dilakukan kontrol oleh pimpinan perusahaan untuk memastikan pelaksanaan tersebut berjalan sesuai dengan rencana dan dilakukan evaluasi setiap bulan. Hasil evaluasi yang dilakukan setiap bulan menunjukkan terjadi peningkatan penjualan sehingga jam buka outlet kembali normal dan karyawan kembali bekerja 6 hari setiap pekan. Penjualan dan laba terus meningkat setiap bulan sehingga produksi kembali ditingkatkan mencapai 4.000 potong kue per hari bahkan sering terjadi kue sudah habis sebelum outlet ditutup.

SIMPULAN

Adapun kesimpulannya sebagai berikut :

1. Penurunan penjualan dan laba yang dialami perusahaan sejak bulan Februari 2020 berdampak pada penurunan produksi sehingga perusahaan terpaksa mengurangi jam kerja dan gaji karyawan.
2. Mulai bulan April 2020, perusahaan melakukan tindakan perbaikan yang dilakukan dalam hal pemasaran dengan melakukan penjualan secara offline dengan menerapkan protokol kesehatan sesuai aturan pemerintah bagi pembeli dan karyawan, penjualan online, inovasi produk, disain ulang logo, kemasan dan outlet, menjaga kualitas produk, menambah varian produk, mendaftarkan produk ke LPPOM MUI dan menyusun laporan keuangan sederhana untuk mengevaluasi perkembangan penjualan dan laba perusahaan.
3. Tindakan perbaikan yang dilakukan tersebut sesuai dengan tahapan dalam manajemen risiko dan terbukti berhasil menaikkan kembali omset penjualan dan laba yang diperoleh perusahaan.

Selain daripada itu, ada juga saran yang dapat diperbaharui kedepannya, sebagai berikut :

1. Mengontrol kualitas produksi terutama dalam hal rasa dan kualitas bahan-bahan yang digunakan

- serta melakukan inovasi produk dengan mengeluarkan varian baru.
2. Meningkatkan pelayanan kepada pelanggan yang datang dan yang membeli secara online dengan sesekali memberikan diskon yang menarik kepada pelanggan.
 3. Rutin melakukan penyusunan laporan keuangan bulanan sehingga dapat dievaluasi kinerja keuangan perusahaan setiap bulan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Politeknik Negeri Medan melalui Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (P3M) yang telah mendanai penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, Rabiatul.2012. Definisi Risiko Pemasaran. Wordpress.com. Diunduh pada 8 Desember 2020 Jam 10.07 WIB.
- Darmawi, Herman. 2002. Manajemen Risiko. Jakarta: Bumi Aksara.
- Djohanputro, Bramantyo. 2004. Manajemen Risiko Korporat Terintegrasi. Jakarta: Penerbit PPM.
- Farid, M.Wajdi, dkk. Manajemen Risiko Bisnis UMKM di Kota Surakarta. Benefit, Jurnal Manajemen dan Bisnis. Vol. 16. Nomor 2. Desember 2012. Hal. 116-126.
- Permana, Adrian. 8 Permasalahan UMKM. www.seoanaksholeh.com.7 Desember 2020. 04.00 WIB.
- Ratnatunga, Janek. 2020. Module of Certified Enterprise Risk Analyst (CERA).
- Siahaan, Hinsa. 2007. Manajemen Risiko: Konsep, Kasus dan Implementasi. Edisi Pertama. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Tampubolon, Robert. 2005. Risk and System-Based Internal Auditing. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Sari, Ardia, dkk. Analisa Manajemen Risiko Pada Industri Kecil Rotan di Kota Malang. Journal of Industrial Engineering Management. Vol.2 No.2, Desember 2017.
- <https://www.facebook.com/CRMSIndonesia>. Indikator Risiko Pemasaran. Diunduh pada 8 Desember 2020. 10.30 WIB.
- www.safetyshoe.com. Jenis Risiko Dalam Manajemen Risiko. Diunduh pada 7 Desember 2020 Jam 03.40 WIB.
- www.jurnalid.com. Jurnal Entrepreneur. Jenis Risiko Bisnis. Diunduh pada 7 Desember 2020. 04.30 WIB.
- [www. Entrepreneurship Education Without Boundaries](http://www.EntrepreneurshipEducationWithoutBoundaries.com). Manajemen Risiko Usaha. Universitas Ciputra. Diunduh pada 7 Desember 2020 Jam 03.45 WIB.