

BAB I

PENDAHULUAN

Bab satu pendahuluan berisikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan batasan masalah dari penelitian.

1.1 Latar Belakang

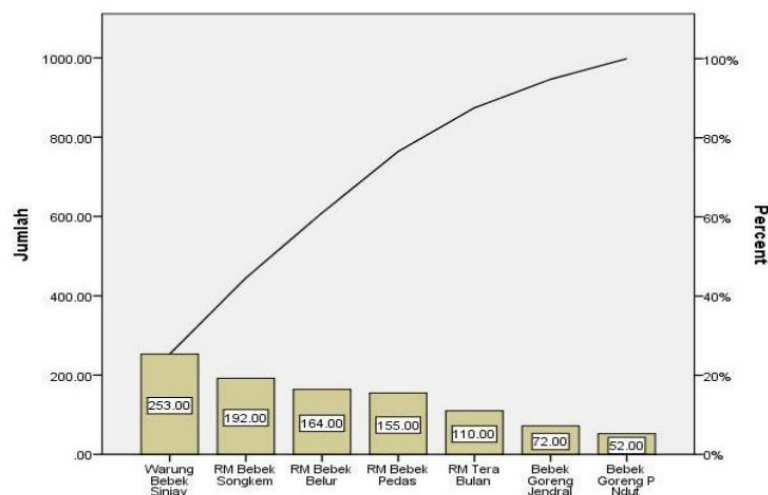
Kemudahan yang ditawarkan oleh zaman modern saat ini, menuntut para pelaku usaha untuk berinovasi agar dapat mempertahankan produk mereka di pasaran. Strategi pemasaran dibutuhkan sebagai satu upaya agar perusahaan tetap berkembang ditengah persaingan dengan mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba operasional perusahaan. Penerapan strategi pemasaran yang akurat melalui pemanfaatan peluang dalam meningkatkan penjualan dapat menopang posisi perusahaan dipasar (Ezy 2021). Strategi mitigasi merupakan suatu cara, teknik atau siasat sebagai tindakan preventif dalam menanggulangi dampak negatif yang timbul. Strategi mitigasi berisi langkah-langkah untuk memitigasi kejadian risiko agar tidak menjadi ancaman bagi perusahaan (Sijabat and Noor 2020). Strategi pemasaran dan strategi mitigasi perlu diimbangi dengan manajemen risiko, untuk mengantisipasi segala ketidakpastian atau kemungkinan ancaman baik secara dalam (internal) maupun luar (eksternal) bagi perusahaan. Langkah tersebut dilakukan agar segala ancaman tidak secara langsung berdampak negatif bagi keberlangsungan usaha.

Risiko adalah potensi, kemungkinan dan ketidakpastian yang ditimbulkan oleh adanya perubahan yang tidak sesuai harapan pada strategi pemasaran. Risiko dapat berdampak positif jika diketahui terlebih dahulu dengan mempertimbangkan solusi dan mengendalikan risiko. Namun, risiko dapat berdampak negatif jika tidak ditangani dan tidak ditindaklanjuti secara professional. Manajemen risiko dapat diterapkan untuk merespon bermacam-macam risiko agar tidak menimbulkan kerugian (Arta, et al. 2021). Proses manajemen risiko diawali dengan mengidentifikasi risiko untuk mengetahui jenis risiko yang berpotensi terjadi, langkah selanjutnya pengukuran risiko untuk mengetahui besar risiko yang dihadapi. Risiko yang telah diketahui kemudian dinilai untuk menentukan tingkat

risiko dan ancamannya. Risiko perlu direspon melalui perkembangan rencana untuk mengetahui dampak dan tindakan yang perlu diperbarui. Tahapan terkahir ialah mengontrol risiko agar risiko tidak memberi dampak negatif dan risikotidak menjadi ancaman kembali (Arta, et al. 2021).

RM Bebek Sinjay Bangkalan adalah salah satu rumah makan dengan bahan utama daging bebek goreng yang telah berhasil membuka cabang diberbagai kota di Indonesia. RM Bebek Sinjay menggunakan daging bebek yang masih muda agar daging tidak keras, sehingga bumbu mudah meresap, dan juga menekan biaya produksi. Ciri khas utama RM Bebek Sinjay yang banyak diminati oleh konsumen yaitu paduan bebek goreng dengan kremesan tepung dan bumbu serta sambal pencit yang memiliki rasa asam pedas (Wilanda and Sudarwanto 2022). Ciri khas tersebut menambah cita rasa daging bebek RM Bebek Sinjay lebih segar gurih sehingga mempengaruhi keputusan konsumen untuk kembali menikmati dan merasakan sensasi cita rasa yang berbeda.

Meningkatnya usaha dibidang kuliner terutama dibagian pengolahan daging bebek membuat persaingan RM Bebek sinjay Bangkalan semakin ketat. Hal ini RM Bebek Sinjay masih menjadi rumah makan yang banyak diminati konsumen (Hidayat 2016). Pernyataan tersebut dapat kita lihat pada gambatr dibawah ini:



Gambar 1.1 Diagram pareto survey responden (Sumber : (Hidayat 2016)

Berdasarkan gambar 1.1 bahwa jawaban responden terbanyak berada di RM Bebek Sinjay di Bangkalan. Meningkatnya minat masyarakat terhadap usaha

produk olahan bebek membuat RM Bebek Sinjay Bangkalan harus mengembangkan kreatifitas pemasarannya untuk mampu bersaing ditengah maraknya penjual produk olahan bebek lainnya. Hal tersebut perlu dilakukan karena kreatifitas yang semakin berkembang sejalan dengan berkembang juga persaingan antar RM Bebek lain di Bangkalan seperti ; RM Bebek Songkem Pak Salim, RM Bebek Suramadu, dan RM Bebek Rizky, yang dapat memicu timbulnya risiko minat beli konsumen berubah.

Strategi pemasaran RM Bebek Sinjay dapat dikatakan sukses pada point-point tertentu, seperti membuka lima gerai cabang RM Bebek Sinjay di Bangkalan, mempertahankan kualitas produk unggulan di setiap gerai, memperbaiki fasilitas baik sarana dan prasarana pada gerai baru. Strategi tersebut tidak lepas dari risiko karena setiap aktivitas baik dalam kehidupan sosial maupun bisnis selalu berdampingan dengan risiko. Umumnya risiko dinamis adalah risiko yang lebih sering terjadi pada strategi pemasaran, dimana risiko terjadi akibat perubahan situasi perekonomian, selera konsumen dan perkembangan teknologi (Arta, et al. 2021). Dari beberapa strategi yang disebutkan dapat dijabarkan lebih jelas risiko dari aktivitas strategi yang dilakukan oleh RM Bebek Sinjay Bangkalan, baik risiko yang berdampak positif maupun negatif.

Dampak tersebut dapat berasal dari internal dan eksternal RM Bebek Sinjay Bangkalan. Dampak positif dari aktivitas membuka lima cabang RM Bebek Sinjay Bangkalan yaitu; (1) RM Bebek Sinjay Bangkalan semakin dikenal dan dijangkau oleh masyarakat, (2) membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat terdekat. Sedangkan dampak negatif yaitu: (1) masyarakat memiliki penilaian RM Bebek Sinjay mana yang lebih unggul, (2) terdapat satu gerai tertutup karena kurangnya minat beli masyarakat walaupun posisi gerai sudah strategis. Dampak positif dari aktivitas mempertahankan kualitas unggulan di setiap gerai yaitu konsumen dapat merasakan cita rasa produk Bebek Sinjay yang sama di setiap gerai. Dampak negatif yaitu; (1) ketersediaan bebek potong yang terbatas, (2) konsumen kurang tertarik untuk mencoba menu lain yang ditawarkan.

Aktivitas risiko diatas, pengelolaan manajemen risiko perlu dilakukan sebelum menjadi ancaman bagi RM Bebek Sinjay Bangkalan. Risiko yang

berdampak positif merupakan keuntungan bagi RM Bebek Sinjay Bangkalan, namun risiko dengan dampak negatif harus diidentifikasi lebih awal agar dapat mengontrol risiko. Berdasarkan paparan tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait manajemen risiko RM Bebek Sinjay Bangkalan, sehingga akan menjadi gambaran dan solusi bagi kelangsungan usaha RM Bebek Sinjay Bangkalan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan, didapatkan perumusan masalah yang diperoleh yaitu bagaimana faktor-faktor risiko pemasaran yang dihadapi oleh RM Bebek Sinjay Bangkalan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berdasarkan perumusan masalah dalam penelitian yang dilakukan yaitu untuk mengetahui faktor-faktor risiko pemasaran yang dihadapi oleh RM Bebek Sinjay Bangkalan.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait, sebagai berikut:

1. Bagi RM Bebek Sinjay Bangkalan, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk perencanaan dan penanganan tentang manajemen risiko pemasaran pada RM Bebek Sinjay Bangkalan.
2. Bagi pembaca, hasil dari penelitian ini diharapkan sebagai informasi tentang manajemen risiko pemasaran produk kuliner dari olahan bebek. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya terkait manajemen risiko pemasaran maupun RM Bebek Sinjay Bangkalan.
3. Bagi penulis, hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan wawasan dan pengetahuan tambahan tentang manajemen risiko pemasaran dan penerapannya pada RM Bebek Sinjay Bangkalan.

1.5 Batasan Masalah

Agar penelitian terarah dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai maka, penelitian ini diberi batasan yaitu:

1. Penelitian dilakukan di RM Bebek Sinjay Jl. Ketengan no.45 Bangkalan, sebagai RM Bebek Sinjay pertama di Bangkalan.
2. Produk yang diperbandingkan adalah produk olahan dari RM Bebek Sinjay Bangkalan, RM Bebek Songkem Pak Salim, RM Bebek Rizky, dan RM Bebek Suramadu.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian yang digunakan dapat ditulis secara berurutan dari bab pendahuluan, tinjauan pustaka, metodologi penelitian, hasil dan pembahasan, serta penutup.

BAB I PENDAHULUAN

Bab I pendahuluan menjelaskan secara singkat tentang gambaran umum dari masalah penelitian yang dilakukan, terdiri dari latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, asumsi-asumsi serta sistematika penulisan yang dilakukan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II tinjauan pustaka menjelaskan tentang dasar teori yang digunakan oleh seorang penulis dengan mencantumkan sumber yang terpercaya untuk mendukung dalam penyelesaian permasalahan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab III metodologi penelitian menjelaskan tentang metode atau tahapan yang akan dilakukan dalam penyelesaian masalah mulai dari pengumpulan data hingga pengolahan data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab IV hasil dan pembahasan menjelaskan tentang proses penyelesaian permasalahan pada penelitian tugas akhir dan hasil yang diperoleh dilakukan pengujian berdasarkan metode-metode yang telah ditentukan pada bab tiga metodologi penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V kesimpulan dan saran menjelaskan tentang hasil akhir yang diperoleh dari bab empat, bab ini diambil kesimpulan atas penyelesaian permasalahan yang ada serta memberikan saran-saran tambahan untuk peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**