

---

## STRATEGI PENANGANAN RISIKO OPERASIONAL PEMASARAN BERAS PADA UMKM SELARAS MAKMUR TRIJAYA

Widya Puspita Sari<sup>1</sup>, Gusganda Suria Manda<sup>2</sup> (\*)

<sup>1</sup> Fakultas Ekonomi, Universitas Singaperbangsa Karawang, Karawang

---

### Abstract

*Rice in Indonesia is positioned as a strategic commodity, both from an economic and socio-political perspective, because rice is a staple food for 95% of Indonesia's population, providing employment opportunities and a source of income for around 21 million farm households, and around 30% of the total expenditure of poor households. allocated for rice. Micro, small and medium enterprises (MSMEs) are businesses that play an important role in the national economy. At this time, MSMEs are intensively run in various regions in Indonesia. One of the regions that run the business is Karawang, one of which is in the rice marketing business. Marketing strategy is a form of plan to determine the success of a company in marketing its products. UMKM Selaras Makmur Trijaya is one of the rice mills. These businesses want to expand their market share. Therefore, the right marketing strategy is needed from the results of understanding the strengths and weaknesses, as well as opportunities and threats to expand the distribution area beyond its territory. risk identification is the first step to identify operational marketing problems in the downstream tea industry of PTPN VIII. By using the Z-Score and Value at Risk (VAR) Method, it will show the results of the probability and impact of operational risk marketing. Preventive and mitigation strategies can handle this company for the expected sales growth up.*

---

**Kata Kunci:** Pemasaran beras, UMKM, Risiko operasional pemasaran, Z-skor, VaR

Informasi Artikel:

Dikirim: 13 Juli 2021

Ditelaah: 27 Juli 2021

Diterima: 27 Juli 2021

Publikasi daring [online]: 31

Desember 2021

Juli-Desember 2021, Vol 10 (2): hlm 195-202

©2021 Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan.

All rights reserved.



## PENDAHULUAN

Indonesia menjadikan beras sebagai produk utama, karena (1) Hampir keseluruhan masyarakat Indonesia atau sebanyak 95% masyarakat menjadikan beras sebagai bahan makanan utama. (2) Tempat bagi para petani Indonesia dengan jumlah 21 juta masyarakat untuk mendapatkan pekerjaan (3) Dana APBN Indonesia mengalokasikan sebanyak 30% untuk mendanai sumber makanan ini (Suryana, 2003). Menurut data yang diberikan oleh Badan Pusat Statistik bahwa tingginya tingkat kemiskinan masyarakat berasal dari makanan, termasuk beras. Di bulan Maret tahun 2011, pemerintah memberikan dana bagi pendanaan beras sebanyak 32,81% pada daerah pedesaan dan sebanyak 25,45% pada daerah perkotaan (Harianto, 2011). Hal ini menjadikan beras sebagai produk utama milik Indonesia yang harus diberikan perhatian lebih dalam perkembangannya.

Jawa Barat merupakan provinsi yang menjadi lumbung padi terbesar di Indonesia. Dan di daerah Jawa Barat, Kabupaten Karawang merupakan pusat produksi beras. Bisa dilihat bahwa pada tahun 2010, Kabupaten Karawang mampu menghasilkan panen sebanyak 1.352.397 ton beras dengan luas sawah sebesar 192.502 hektare (Karawang dalam Angka, 2010).

UMKM pada saat ini menjadi salah satu kegiatan usaha yang memiliki perang penting dalam roda ekonomi masyarakat. Banyak UMKM yang telah berdiri di berbagai daerah di Indonesia. Kabupaten Karawang merupakan salah satu dari berbagai daerah yang telah banyak membangun Usaha Mikro Kecil dan Menengah ini. UMKM sendiri memiliki manfaat dengan mampu membuka lapangan kerja tanpa melihat pendidikan dari tenaga kerja tersebut. Hal tersebut membuat UMKM menjadi salah satu peran penting dalam menghapus tingkat pengangguran di negara ini. Penulis melakukan riset pada salah satu UMKM yang telah mengantongi Surat Keterangan Usaha (SKU) di Kabupaten Karawang adalah Selaras Makmur Trijaya milik Hadi Ismanto.

## TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis strategi penanganan resiko operasional pemasaran beras pada UMKM Selaras Makmur Trijaya.

## METODE

Penulis melakukan penelitian pada UMKM Selaras Makmur Trijaya. Dsn. Jeruk Simer RT/RW 007/003, Kecamatan Cilamaya Wetan, Kabupaten Karawang Profinsi Jawa Barat. Kegiatan penelitian ini dilakukan selama 2 bulan lamanya yang dilakukan mulai dari bulan Oktober hingga bulan November 2020. Jenis Penelitian ini menggunakan jenis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder. Data primer pada penelitian ini didapatkan melalui kegiatan pemasaran dan berbagai informasi yang diberikan oleh Selaras Makmur mengenai usaha perusahaan dalam menghadapi kendala. Sedangkan untuk data

sekunder pada penelitian ini didapatkan berdasarkan dokumen yang ditelusuri oleh penulis berupa dokumen yang dimiliki Selaras Makmur, lalu Kementerian Pertanian, dan juga berbagai jurnal dari penelitian yang dilakukan sebelum ini sebagai bahan referensi bagi penulis. Kemudian data kuantitatif didapatkan melalui laporan keuangan dan berbagai bukti transaksi yang dilakukan Selaras Makmur tahun 2018 hingga 2020.

Data yang telah didapatkan oleh penulis diolah menggunakan alat Microsoft Excel. Penulis menentukan pengolahan berdasarkan analisis kuantitatif dan kualitatif: a) Analisis kuantitatif pada penelitian ini menggunakan teknik Z-Score lalu juga teknik Value at Risk. Penganilisan dilakukan pada data yang berasal dari *stock opname* dan penjualan beras Selaras Makmur Trijaya; b) Kemudian untuk analisis kualitatif, penulis melakukan pendekatan deskriptif yang berfungsi dalam menggambarkan tujuan penelitian yang telah ditentukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Risiko

Untuk mengidentifikasi risiko, dilakukan menggunakan cara dengan: (1) melihat data yang dapat dilihat pada laporan perusahaan Selaras Makmur tahun 2019 hingga 2020, (2) penjelasan dari karyawan perusahaan yang memiliki *jobdesk* di bidang tersebut (3) yang terakhir, melihat secara langsung kegiatan operasional perusahaan. Risiko yang dapat diidentifikasi penulis kelompokkan menjadi SDM, sistem kerjasama, dan juga kegiatan penjualan(Darmawi, 2005).

Sumber Daya Manusia

Risiko kerugian yang dialami perusahaan bisa terdapat pada Sumber Daya Manusia. Berikut identifikasi SDM unit pemasaran dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Daftar Risiko Sumberdaya Manusia (SDM)

Sumber Risiko	Indikator Risiko	Kejadian yang merugikan
Sistem Kerjasama	Kerjasama Distributor Retur Barang	Distributor telat melakukan pembayaran Penumpukan sisa beras digudang

Sumber: Data Primer, 2020 (Diolah)

Kerjasama

Kemudian untuk mengidentifikasi risiko pada sistem kerjasama pada Selaras Makmur, berikut dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Daftar Risiko Sistem Kerjasama

Sumber Risiko	Indikator Risiko	Kejadian yang merugikan
SDM	Kinerja Pegawai	Intensitas karyawan harian lepas (KHL) <i>salesman</i> yang keluar cukup tinggi Kelalaian dalam melaksanakan promosi sosial media Penurunan penjualan pada modern outlet dan tradisional outlet

Proses Penjualan

Risiko yang terjadi pada proses penjualan merupakan gambaran suatu ketidakjelasan pada proses penjualan yang disebabkan oleh kesalahan yang terjadi pada SDM dan Sistem yang berlaku dan pula yang terjadi pada bagian eksternal perusahaan. Berikut ini adalah berbagai identifikasi risiko yang terjadi pada proses penjualan.

Tabel 3. Daftar Risiko Proses Penjualan

Sumber Risiko	Indikator Risiko	Kejadian yang merugikan
Proses Penjualan	Kegagalan Target	Faktur PO yang tertukar
		Stagnasi pada penjualan di beberapa market
		Kurangnya informasi penyajian pada saat pameran
		Terbatasnya kendaraan distribusi yang dimiliki

Sumber: Data Primer, 2020 (Diolah)

Analisis Nilai Standar atau Z-Score

Hasil perhitungan probabilitas risiko pada operasional perusahaan diukur melalui perhitungan Z-Score. Dari pengukuran yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa terdapat risiko yang terjadi pada kegiatan pemasaran Beras Selaras Makmur sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Tingkat Probabilitas Sumber Risiko Operasional Pemasaran

No	Sumber Risiko	Z-Score	Probabilitas (%)
1	Risiko Sumber Daya Manusia (SDM)	-1,02	15,4
2	Risiko Sistem Kerjasama	-0,60	27,4
3	Risiko Proses Penjualan	-0,72	23,6

Sumber: Data Primer, 2021 (Diolah)

Berdasarkan hasil dari pengukuran dengan metode z-score diatas, didapatkan nilai tertinggi pada nilai probabilitas pada nilai risiko sistem kerjasama dengan nilai 27,4 sedangkan untuk nilai probabilitas terendah terdapat pada nilai SDM sebesar 15,4. Lalu, nilai yang ada pada saldo akhir pada produk Selaras Makmur yang bisa ditoleransi yaitu sebesar 25% atau sebanyak 146,21 Kg. Bisa dijelaskan, bahwa nilai z -score pada Risiko Sistem Kerjasama memiliki nilai sebesar -0,60 dan untuk nilai pada z tabel sebesar 0,274. Artinya, hal tersebut menggambarkan bahwa risiko pada sistem kerjasama memiliki nilai peluang sebesar 27,4%. Sebanyak 27,4% ini menjadi faktor penyebab beras pada Selaras Makmur tidak terjual di atas 146.21 kg. Peluang terjadinya risiko pada sistem kerjasama mengartikan bahwa kegiatan pada operasional Selaras Makmur bergantung kepada sistem yang ada di unit pemasaran beras.

Selanjutnya untuk risiko pada proses penjualan memiliki nilai peluang sebanyak 23,4%. Risiko ini dimulai dari kegiatan produksi pada barang yang dipesan tidak sesuai dengan apa yang dipesan oleh konsumen. Ketidak sesuaian yang terjadi

disebabkan faktor pesanan barang tertukar sehingga total barang yang pesan sering mengalami kesalahan(Fahmi, 2010).

Nilai peluang yang terdapat pada SDM sebanyak 15,4%. Identifikasi yang terdapat pada risiko SDM dapat dilihat dari kelalaian yang dilakukan oleh pegawai didalam kegiatan promosi yang tidak dilakukan pada promosi sosial media, padahal apabila promosi dilakukan maka dapat meningkatkan penjualan dikarenakan pada zaman ini sosial media merupakan sarana promosi yang menguntungkan perusahaan. Selain melihat ketiga faktor utama yang ada pada risiko operasional, nilai pada peluang risiko juga dapat dilihat melalui risiko yang ada pada perkejadian terhadap risiko sistem kerjasama, SDM, dan proses penjualan Beras Selaras Makmur pada Tabel 5.

**Tabel 5. Probabilitas Terjadinya Risiko Berdasarkan Risiko per Kejadian**

No.	Risiko (Kejadian yang Merugikan)	Z-Score	Probabilitas (%)
<b>Risiko Sumberdaya Manusia</b>			
1	Kelalaian Penjualan	1,50	6.70
2	Kelalaian Promosi sosial media	-0,35	36.30
3	Kesalahan memilih distributor	-1,10	13.60
<b>Risiko Sistem Kerjasama</b>			
1	Distributor terlambat melakukan pembayaran Hutang	-0,47	31.90
2	Pengembalian produk (Retur barang)	0,07	47.20
<b>Risiko Proses Penjualan</b>			
1	Stagnasi Produk	-0,03	48.80
2	Kurangnya informasi penyajian the	0,28	39.00
3	Terbatasnya kendaraan	-0,40	34.50

*Sumber: Data Primer, 2020 (Diolah)*

Dari perhitungan yang sudah dilakukan, didapat hasil yaitu peluang pada risiko perkejadian terhadap stagnasi barang, lalu retur barang, minimnya informasi yang disajikan, dan lalainya promosi pada sosial media memiliki nilai peluang yang besar. Probabilitas terhadap sisa beras yang bernilai 25% keatas dikarenakan stagnasi barang sebesar 48,80%. Risiko yang cukup tinggi ini dikarenakan pergantian yang terjadi pada vendor distributor memiliki pengaruh terhadap kegiatan pendaftaran pada penjualan yang ada di pasar modern. Kemudian persaingan yang terjadi pada harga produk bisa membuat penjualan beras menjadi kompetitif. Yang berarti, stagnasi barang pada beras Selaras Makmur memiliki pengaruh yang signifikan ketika distributor barang memiliki hambatan didalam penjualannya di berbagai pasar.

**Analisis Value at Risk (VaR)**

Didalam pemasaran beras Selaras Makmur, perhitungan risiko dilakukan dengan menggunakan teknik Value at Risk (VaR). Pada teknik VaR memakai tingkat keyakinan 95% dan 5% sisanya yaitu nilai error. Pada perhitungan kali ini, digunakan data yang berasal dari laporan penjualan tahun 2013-2014. Berikut adalah perbandingan pada dampak risiko kegiatan yang terjadi di pemasaran beras.

Tabel 6. Dampak Risiko Operasional Pemasaran

No.	Sumber Risiko	Dampak (Rp)
1.	Risiko Sumberdaya Manusia (SDM)	102,615,683
2.	Risiko Sistem Kerjasama	90,926,024
3.	Risiko Proses Penjualan	78,436,664

Sumber Data Primer, 2020 (Diolah)

Dampak kerugian yang terjadi pada pemasaran beras Selaras Jaya memiliki nilai yang bervariasi. Nilai risiko tertinggi terdapat pada Risiko SDM dengan nilai sebesar Rp 102.615.683, dilanjut dengan nilai Risiko Sistem Kerjasama sebesar Rp 90.926.024 dan nilai yang terakhir pada Risiko Proses Penjualan sebesar Rp 78.436.664. Yang artinya, apabila terjadi risiko pada SDM maka perusahaan akan mendapatkan kerugian yang besar dibandingkan dengan risiko lainnya. Selain itu perhitungan nilai peluang risiko dapat dihitung melalui risiko perkejadian pada risiko SDM, sistem kerjasama dan proses penjualan, Berikut adalah hasilnya.

Tabel 7. Dampak Terjadinya Risiko Berdasarkan Risiko per Kejadian

No.	Risiko (Kejadian yang Merugikan)	Dampak (Rp)
Risiko Sumberdaya Manusia		
1	Kelalaian Penjualan	69,115,676
2	Kelalaian Promosi	127,458,211
3	Kesalahan memilih distributor	203,448,914
Risiko Sistem Kerjasama		
4	Distributor terlambat melakukan pembayaran hutang	113,984,158
5	Pengembalian produk (Retur Barang)	161,928,496
Risiko Proses Penjualan		
6	Terbatasnya kendaraan	69,222,999
7	Stagnasi Produk	64,704,214
8	Kurangnya informasi penyajian the	69,998,022

Sumber: Data Primer, 2020 (Diolah)

Status Risiko

Proses selanjutnya yaitu harus melakukan pemetaan risiko melalui dua cara, yaitu: menentukan status risiko dan pemetaan risiko. Berikut adalah status risiko.

Tabel 8. Status Risiko

No	Risiko (Kejaadian yang Merugikan)	Probabilitas (%)	Dampak (RP)	Status
Risiko Sumberdaya Manusia				
1	Kelalaian Penjualan	6.70	69,115,676	463,075,028
2	Kelalaian Promosi	36.30	127,458,211	4,626,733,050
3	Kesalahan memilih distributor	13.60	203,448,914	2,766,905,227
Risiko Sistem Kerjasama				-

Tabel 8. Lanjutan

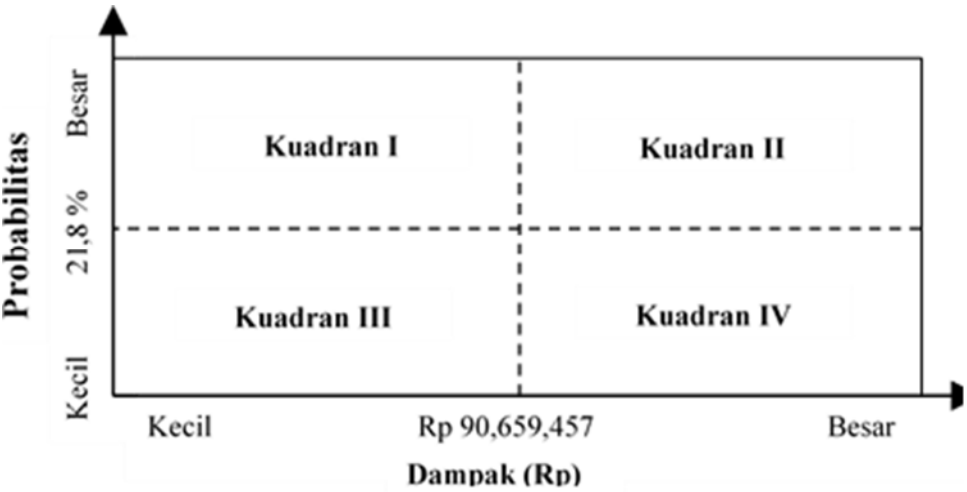
4	Distributor terlambat melakukan pembayaran hutang	31.90	161,928,496	5,181,711,868
5	Pengembalian produk	47.20	113,984,158	5,380,052,276
Risiko Proses Penjualan				-
6	Kurangnya informasi penyajian the	39.00	69,222,999	2,699,696,962
7	Stagnasi Produk	48.80	64,704,214	3,157,565,659
8	Terbatasnya kendaraan	34.50	69,998,022	2,414,931,765

Sumber: Data Prier, 2020 (Diolah)

Status risiko tertinggi terjadi pada nilai risiko sistem kerjasama yang didalamnya terdapat nilai risiko retur barang sebesar Rp 5.380.052.276. Selanjutnya, nilai tertinggi kedua pada risiko keterlambatan pembayaran pada pengedar barang sebanyak Rp 5.181.711.868. Dan yang terakhir, nilai pada risiko kelalaian melakukan promosi dengan nilai sebesar Rp 4.626.733.050.

Pemetaan Risiko

Pemetaan risiko berfungsi dalam melihat posisi risiko yang ada pada peta berdasarkan nilai peluang dan juga dampak pada kegiatan pemasaran beras Selaras Makmur. Pemetaan risiko pada kuadran I, II, III, dan IV ditunjukkan pada Gambar 2 dibawah ini.



Sumber: Kountur (2008: 108)

Gambar 1. Diagram Pemetaan Risiko

Strategi Preventif

Dimulai dengan melakukan strategi preventif yang terjadi pada Kuadran I yaitu: a). Dengan menumbuhkan kewaspadaan terhadap produk terutama pada wilayah Jawa Barat dan Jabodetabek dengan melakukan berbagai aktivitas seperti promosi media cetak, radio, dan brosur, membayar *sponsorship*, serta aktivitas *below the line* b). Dengan melakukan kegiatan *listing* barang pada supermarket terkenal seperti pada Transmart Carrefour, lalu pada supermarket Giant, dan masih banyak lagi. c). Lalu yang terakhir dengan lebih menekankan promosi pada sosial media seperti *facebook*, *instagram*, dan sosial media lainnya demi melancarkan bisnis Selaras



Makmur. Untuk bagian Kuadran II, perlu dibuatkan sistem pengorganisasian seperti dengan memberikan penghargaan kepada pegawai yang memiliki keahlian khusus dan juga pegawai yang mampu menjual beras Selaras Makmur dengan melebihi target yang sudah ditentukan.

### Strategi Mitigasi

Dilakukan strategi mitigasi pada kuadran III dan IV. Strategi yang dilakukan dengan teknik *Socialpreneur* yang berarti didalam menangani sebuah risiko perlu menggunakan konsep yang ada pada kewirausahaan seperti meningkatkan keuntungan bagi orang banyak. Perlu melakukan *outsourcing* bagi para pegawai dibagian promosi. Kontrak yang dilakukan memiliki kesepakatan dengan tenaga *outsourcing*. Kemudian melakukan penambahan SDM dibagian manajer pemasaran, tenaga promosi dan *team spreading*. Selanjutnya didalam mengatasi distributor yang telat membayar perlu dibuatkan bank garansi. Bank garansi adalah bank yang memberikan jaminan dengan bentuk pembayaran uang dari distributor kepada suatu bank, yang sudah didasari perjanjian antara distributor dengan Selaras Makmur.

Untuk kesalahan didalam memilih distributor, perlu dilakukan strategi mitigasi berupa melihat transaksi dengan dasar fakta pada lapangan yang pernah dikerjakan sebelumnya dan juga di masa yang akan datang dengan variasi pada isi dan eksekusi pesanan. Kemudian untuk melakukan diversifikasi pada usaha kita, bisa dengan cara membuat outlet secara merata tanpa terikat dengan orang lain. Dengan melakukan cara tersebut, dapat meminimalkan biaya pada operasional perusahaan dan juga mampu mengontrol dengan baik produk yang kita miliki.

### SIMPULAN

Pada Beras Selaras Makmur, terdapat risiko-risiko yang terjadi pada bagian pemasaran yaitu risiko SDM, sistem kerjasama, dan proses penjualan. Hasil yang dilakukan pada penyebab risiko yang ada pada operasional perusahaan didapatkan hasil bahwa nilai pada risiko sistem kerjasama 26,4% memiliki nilai tertinggi, kemudian risiko SDM memiliki nilai terendah dengan nilai 15,4%. Selanjutnya dilihat dari nilai peluang pada risiko perkejadian didapatkan hasil bahwa adanya stagnasi barang, pembayaran yang terlambat oleh distributor, penjelasan mengenai beras kurang, lalu lalainya kegiatan promosi. Pada nilai risiko perkejadian, risiko SDM memiliki nilai rugi terbesar yaitu Rp 102.615.683 dan untuk nilai rugi terkecil terjadi pada proses yaitu Rp 78.436.664. Hal tersebut dilakukan dengan menggunakan metode VaR. Untuk menangani risiko pada Selaras Makmur, maka perlu dilakukan strategi alternatif yang didapatkan melalui pemetaan pada sumber risiko yaitu dengan melakukan strategi prefentif dan mitigasi.

### DAFTAR PUSTAKA

Darmawi, H. (2005). *Manajemen Risiko*. Bumi Aksara.

Fahmi, I. (2010). *Manajemen Resiko*. Alfabeta.

Hariato, S. (2011). *Belajar dan Pembelajaran Teori dan Konsep Dasar*.

- Indonesia Investment. (2020, November 22). *Komoditas Beras*. Diambil dari: <https://www.indonesia-investments.com/id/bisnis/komoditas/beras/item183?>
- Karawang, B. P. S. K. (2010). *Kabupaten Karawang dalam Angka*. BPS Kabupaten Karawang.
- Litbang Pertanian. (2020, November 23). *Program Kegiatan Ketahanan Pangan Pada Masa Pandemi Covid-19*. Diambil dari: <http://pse.litbang.pertanian.go.id/ind/index.php/covid-19/program-kegiatan/367-gerakan-ketahanan-pangan-pada-masa-pandemi-covid-19>
- Suryana. (2003). *Kewirausahaan: Pedoman praktis, kiat dan proses menuju sukses*.