

Analisa Manajemen Resiko Pada Bisnis K-One Family Karaoke Yang Berkaitan Dengan Pemasaran Yang Diterapkan

Nasar Buntu Laulita^{✉1}, Teddy Ong², Rizal Verandi³, Jason Yodiputra⁴, Shelly Elida⁵, Angelica Vivian Chrysti⁶.

^{1,2,3,4,5,6} Program Studi Manajemen, Universitas Internasional Batam

Abstrak

Kelemahan utama usaha kecil dan menengah adalah kurangnya manajemen risiko bisnis dalam usahanya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa manajemen risiko di suatu UMKM dengan melakukan studi kasus pada K-One Family Karaoke. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisa kualitatif, yang dimana melalui beberapa tahap yaitu, tahap dokumentasi, wawancara, dan observasi yang dilakukan langsung terhadap bisnis yang akan diteliti. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemasaran yang dilakukan merupakan faktor yang sangat penting selain lokasi usaha dan faktor keamanan yang ada dalam meningkatkan kualitas bisnis K-One Family Karaoke ini. Manfaat dari penelitian ini bagi pelaku UMKM ini adalah dapat memilih keputusan yang tepat dalam menghadapi masalah yang memiliki kemungkinan untuk meuncul sehingga dampak yang diterima tidak fatal dan dapat digunakan sebagai pengalaman yang dapat meningkatkan kembali kualitas pelayanan dan pemasaran dari UMKM ini.

Kata Kunci: Bisnis; Manajemen Risiko; Karaoke

Abstract

The main weakness of small and medium enterprises is the lack of business risk management in their business. This study aims to analyze risk management in an MSME by conducting a case study on K-One Family Karaoke. The method used in this study is a qualitative analysis technique, which goes through several stages, namely, the stages of documentation, interviews, and direct observation of the business to be studied. The results of this study indicate that marketing is a very important factor besides business location and security factors in improving the quality of the K-One Family Karaoke business. The benefit of this research for MSME actors is that they can make the right decisions in dealing with problems that are likely to arise so that the impact received is not fatal and can be used as experience that can improve the quality of service and marketing from these MSMEs.

Keywords: Business, Risk Management, Karaoke

Copyright (c) 2022 Nasar Buntu Laulita

✉ Corresponding author :

Email Address Nasar_bl@yahoo.com.sg

PENDAHULUAN

Menurut Tjiptono dan Diana (2020) dalam buku yang berjudul “Kepuasan Pelanggan”, Pemasaran adalah suatu strategi bisnis yang mengacu pada kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempromosikan pembelian atau penjualan produk dan layanannya.

Pemasaran dapat mencakup periklanan, penjualan, dan pengiriman produk. Kelompok peneliti memilih salah satu bisnis yang akan dijadikan objek pembelajaran peneliti yakni Tempat karaoke. Tempat karaoke ialah alternatif tempat untuk hiburan yang sering kali dipilih oleh masyarakat dalam menikmati waktu luang mereka. (Putri & Widjasena, 2020). Penelitian ini terinspirasi dari artikel terdahulu yang ditulis oleh Farida (2018), dengan judul Manajemen Resiko Pada Perusahaan Jasa Pengiriman Barang (*PT Suryagita Nusaraya*). Pada artikel ini tertulis bahwa peneliti ingin membantu *PT. Suryagita Nusaraya* dalam menganalisa resiko dari masalah cicilan/angsuran yang terjadi pada saat melakukan pembayaran. Begitu pula dengan penelitian yang peneliti lakukan, yaitu dengan melakukan analisa manajemen resiko pada bisnis K-One Family Karaoke dalam melakukan kegiatan pemasaran.

Dalam beberapa tahun terakhir, bisnis karaoke ini semakin banyak digemari oleh para masyarakat dan hal ini membuat bisnis ini semakin bertambah jumlahnya. (Wicaksana, 2017) Salah satunya adalah pada suatu tempat karaoke yang cukup terkenal dikarenakan terdapat banyak promosi dan juga memiliki pembaharuan banyak lagu yang dirilis terbaru sehingga dengan tujuan agar para customer tidak bosan. Tempat karaoke ini bernama K-One Family Karaoke dan beralamat di Komplek Nagoya Hill, Superblok Ruko Blok A No. 5 & 6 Kota Batam, Batam Kota, Kepulauan Riau, 29411 dan dibangun pada tahun 2018. Tempat karaoke ini memiliki 23 ruangan yang terdiri 3 jenis ruangan yaitu 8 ruangan kecil (*Small Room*), 9 ruangan sedang (*Medium Room*), dan 6 ruangan berkelas (*VIP Room*). Operasional bisnis pada K-One Family Karaoke Batam ini atur oleh 10 orang pegawai, yang terdiri dari 1 orang manajer, 2 orang kasir, 2 orang bartender dan 5 orang waiters.

Dengan perkembangan bisnis karaoke, K-One Family Karaoke membutuhkan nilai tambah yang dapat digunakan untuk bertahan pada di dunia bisnis yang dinamis. Persaingan dalam infrastruktur, harga dan layanan yang ditawarkan dapat menarik pelanggan untuk memilih tempat hiburan ini. K-One Family Karaoke harus menerapkan tidak hanya langkah-langkah seperti pada pengurangan biaya, tetapi juga menerapkan kegiatan inovatif seperti menyediakan layanan pelanggan yang andal dan memperbaiki sistem saat ini. Inovasi merupakan salah satu hal terpenting bagi para pebisnis. Perusahaan di era informasi harus menegaskan diri mereka sendiri di pasar yang berubah dengan cepat, kompleks, kompetitif secara global, dan berorientasi pada para pelanggan.

Dalam menjalankan usaha, K-One Family Karaoke tentunya telah melakukan pencatatan pada data-data para pelanggan ataupun menerapkan pelayanan pada registrasi pendaftaran kepada para pelanggan yang ingin dan berminat untuk menjadi member setia pada tempat karaoke ini. Sistem ini dapat mengakibatkan adanya resiko lainnya, misalkan pada beberapa informasi pelanggan yang penting menjadi mudah hilang, kesulitan dalam memantau posisi pendapatan ataupun transaksi sewa ruangan, kesalahan pada waktu yang dimana hal ini akan menyebabkan para pelanggan akan terotomatis tidak terhubung ataupun dengan kata lain dikeluarkan oleh sistem sehingga para pelanggan akan merasa tidak puas dengan pelayanan yang telah diberikan. Terdapat juga beberapa masalah yang nantinya akan dibahas pada bagian Analisa dan Pembahasan mengenai resiko yang akan muncul serta solusi yang diterapkan untuk mengatasi resiko tersebut.

Menurut Sajjad (2020), Manajemen Risiko adalah suatu pendekatan terstruktur atau metodologi dalam mengelola ketidakpastian yang berkaitan dengan ancaman suatu rangkaian aktivitas manusia termasuk: penilaian resiko, tujuan manajemen resiko adalah agar dapat melindungi perusahaan yang mampu menghambat pencapaian tujuan perusahaan. *Risk Assessment* (Perancangan Perencanaan Manajemen Resiko) adalah suatu proses sistematis atau *guidance* dalam melakukan manajemen resiko, ada standar yang harus diikuti dalam sebuah perusahaan sehingga menganalisa dan mengidentifikasi. Tujuan *Risk Assessment* ini supaya tujuan organisasi tercapai. Atasan akan melihat faktor eksternal, bagaimana dalam mengembangkan bisnis dan melihat suatu perusahaan secara garis besarnya. *Risk Classification System*, adalah sistem pengelompokkan suatu resiko sesuai dengan tingkat dampak dan seringnya resiko itu terjadi. *Risk Assessment* ini dibagi menjadi 4 yaitu; *Low likelihood High*

Magnitude, High likelihood High Magnitude, Low likelihood Low Magnitude, dan High likelihood Low Magnitude. (Ramadhan, 2017)

Pemasaran adalah suatu proses yang diatur sedemikian rupa dan dilakukan untuk menarik perhatian pelanggan atau konsumen sehingga meningkatkan jumlah permintaan pasar yang ada (Naningsih, 2022). Pemasaran yang dilakukan salah satunya menggunakan pemasaran digital atau *Digital Marketing*. *Digital Marketing* adalah kegiatan pemasaran suatu produk atau jasa yang dilakukan melalui media sosial yakni menggunakan jaringan internet. (Iksyanti & Hidayat, 2022)

METODOLOGI

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, yaitu dengan melakukan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi secara langsung pada K-One Family Karaoke. Wawancara merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara berhadapan langsung pada pihak yang bersangkutan (Sugiyono, 2018). Observasi merupakan suatu teknik pengamatan yang bertujuan untuk mendapatkan data tentang suatu masalah yang dihadapi oleh mitra, sehingga didapatkan pemerolehan pemahaman atau pembuktian terhadap informasi dan keterangan yang diperoleh sebelumnya. (Morissan, 2017). Dokumentasi merupakan teknik yang digunakan untuk mencari informasi melalui pengambilan gambar dan dokumentasi yang dilakukan (Sugiyono, 2018). Teknik wawancara ini dilakukan pada pemilik dari K-One Family Karaoke untuk mengumpulkan informasi terkait penelitian yang dilakukan. Selain itu, juga dilakukan teknik observasi dan dokumentasi untuk mengetahui kondisi terkini atas K-One Family Karaoke.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Operational Risk

Analisis data yang peneliti dapatkan dari K-One family adalah berupa validitas, yang dimana validitas ini merupakan suatu teknik dalam melakukan pengujian keakuratan data yang diperoleh. Berdasarkan wawancara yang peneliti laksanakan maka peneliti mendapatkan pemerolehan data dengan menganalisis kembali jawaban dari wawancara yang diterapkan. Langkah yang tepat dalam kunci utama mereka untuk memuaskan para customer adalah dengan memberikan service/pelayanan yang baik kepada para customer yakni dapat berupa memberikan diskon pada customer yang mencapai target pemesanan maksimal diatas 1 juta maka akan diberikan potongan harga 10% kemudian memberikan makanan gratis kepada para customer setiap hari dan K-One Family juga mengadakan giveaway untuk para customer yang melakukan pemesanan diatas 500ribu sehingga mereka terdaftar mengikuti giveaway tersebut dengan mendapatkan 1 kupon.

Service lainnya yang diberikan oleh K-One Family adalah dengan menyediakan fasilitas lainnya seperti bar kecil agar customer mampu memesan makanan/minuman untuk lebih bersantai menikmati hiburan, namun tak hanya itu saja didalam ruangan yang para customer gunakan mereka mampu memesan tanpa harus bergerak sehingga mereka hanya perlu menekan bel yang ada di monitor yaitu service. Komunikasi yang belum terlaksana secara efektif antara pembeli dan penjual karena dipengaruhi oleh tingkat kenyamanan serta sarana yang ada. Cara penanggulangan dampak dari kesalahan atau kelalaian yang dilakukan oleh pihak K-One Family adalah dengan bertanggungjawab kepada pihak yang dimana jika terjadi suatu kesalahan dalam menghitung jumlah pemasukan/pengeluaran maka yang bertugas dalam melaksanakan hal tersebut akan di denda.

Pada pelayanan karyawan, keutamaan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keutamaan tersebut akan memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Adapun beberapa faktor yang menjadi penghambat dalam kualitas pelayanan:

1. Modal, keterbatasan modal yang tidak dapat mendukung kualitas pelayanan secara maksimal.
2. Sarana, kursi yang disediakan untuk para customer yang menunggu yang kurang, yang menyebabkan pelanggan harus berdiri untuk menunggu giliran transaksi pembayaran.
3. Prasarana, tempat pelayanan untuk melakukan transaksi penjualan yang tidak mendukung.

Tabel 1. Hasil Analisa Resiko Operasional pada K-One Family Karaoke.

No.	Keterangan	Risk Level	Likelihood	Impact
1.	Kendala pada saat melakukan promosi melalui media sosial	Medium	Often	Infrastructure
2.	Kerugian yang diakibatkan oleh adanya kesalahan proses pelaksanaan	Low to Medium	Seldom	Reputation
3.	Kerusakan infrastruktur bisnis yang diakibatkan oleh kesalahan konsumen	Low to Medium	Seldom	Financial and Infrastructure
4.	Kecelakaan yang terjadi pada saat pelaksanaan proses promosi	Medium to High	Seldom	Infrastructure and Human Resource
5.	Terjadi penipuan pada saat proses pemasaran	High	Seldom	Financial
6.	Miskomunikasi antara konsumen dengan karyawan	Medium	Often	Reputation

Sesuai dengan yang telah ditampilkan pada tabel 1, dapat dilihat bahwa pada poin 1, terdapat kendala saat melakukan promosi melalui media sosial yang memiliki tingkat risiko dari rendah ke sedang sesuai dengan apa yang terjadi, dan risiko ini tergolong sebagai risiko yang sering terjadi, risiko ini berdampak pada infrastruktur. Contoh dari risiko poin 1 ini adalah, kurangnya pengalaman dan keahlian dalam menggunakan media sosial. Solusi penyelesaian yang dapat dilakukan adalah dilakukannya *training* atau pelatihan terhadap karyawan yang bertanggung jawab atas proses pemasaran perusahaan. Pada poin 2, terdapat kerugian yang diakibatkan oleh adanya kesalahan proses pelaksanaan, yang dimaksud dari poin ke-2 ini adalah kesalahan-kesalahan yang terjadi ketika karyawan dari bisnis melakukan proses pemasaran, seperti kesalahan dalam memasukkan angka pada mesin sehingga biaya yang dibayar konsumen tidak sesuai dan kurang dari yang telah ditentukan. Solusi yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan sanksi sesuai dengan peraturan kerja yang berlaku.

Poin selanjutnya merupakan kerusakan infrastruktur bisnis yang diakibatkan oleh kesalahan konsumen. Konsumen tidak sengaja merusak fasilitas karaoke seperti; *mic*, *speaker*, kursi, atau yang lainnya. Poin ini memiliki tingkat risiko dari rendah ke sedang, dan memiliki tingkat frekuensi yang jarang terjadi. Solusi dari risiko pada poin ini adalah. Dengan memberikan sanksi denda pada konsumen apabila terdapat kerusakan yang diperbuat oleh konsumen.

Poin risiko selanjutnya yaitu, kecelakaan pada saat pelaksanaan proses promosi. Pada poin ini karyawan yang melakukan promosi secara *offline* yaitu dengan melakukan tinjauan lapangan secara langsung dengan membagikan brosur atau *flyer* kepada konsumen dan terjadi kecelakaan pada saat proses promosi tersebut seperti; kecelakaan yang menyebabkan luka fisik dan finansial. Poin ini memiliki tingkat risiko dari sedang ke tinggi sesuai dengan apa yang terjadi dan memiliki tingkat frekuensi yang jarang terjadi. Solusi yang dapat dilakukan

adalah dengan memberikan asuransi yang dapat diklaim oleh karyawan atas perlindungan pada saat kerja.

Poin berikutnya adalah terjadi penipuan pada saat proses promosi berlangsung. Penipuan ini terjadi ketika pemilik bisnis menyewa salah satu *influencer* yang cukup terkenal untuk mempromosikan usaha karaoke ini, tetapi uang yang telah dibayar diambil tanpa adanya bukti atas promosi yang dilakukan. Risiko ini berada pada tingkat yang cukup tinggi, dan jarang terjadi, serta memberikan dampak terhadap kondisi finansial usaha. Solusi yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan kontrak kerja sama antara pihak karaoke dengan pihak *influencer* yang ditandatangani diatas matrai yang berlaku.

Poin terakhir adalah Miskomunikasi antara karyawan dengan konsumen. Miskomunikasi yang terjadi apabila karyawan tidak sengaja menyinggung konsumen pada saat melakukan proses promosi. Poin ini memiliki tingkat risiko sedang dan memiliki frekuensi yang sering terjadi serta hal ini berdampak pada reputasi usaha. Solusi yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan pelatihan terhadap etika pada saat kerja kepada semua karyawan.

Bow-Tie Representation of Risk Management

Menurut Alizadeh (2020), analisis ini menggambarkan alur suatu risiko dari penyebab hingga dampaknya. Berikut merupakan hasil analisa dari Bow-Tie Representation of Risk management dari Bisnis K-One Family Karaoke:

1. ***Organization Risk Source***, Proses promosi yang dilakukan oleh mitra memiliki risiko yang cukup banyak salah satunya adalah Operational Risk, mitra yang peneliti pilih yaitu K-One Family Karaoke. K-One Family Karaoke ini menerapkan strategi promosi melalui 2 cara yakni, Promosi *Online* dan *Offline*. diantara kedua strategi promosi tersebut, terdapat berbagai aspek resiko dalam promosi yang dilakukan (As Sajjad et al, 2020). Promosi *Online*, adalah salah satu cara promosi dari strategi pemasaran produk yang efektif di zaman sekarang yang dilakukan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi (Rizky Fauziah, 2020). Contoh dari promosi *online* yaitu, *Applications Ads*, Risiko yang terdapat ketika promosi melalui media aplikasi online ini adalah kurangnya followers pada akun usaha tersebut sehingga postingannya tidak dapat dilihat orang banyak. Lalu kurangnya pengertian karyawan akan penggunaan Instagram, TikTok, dan platform lainnya oleh pegawai usaha tersebut sehingga tidak dapat terkontrol secara optimal.

Promosi *Offline*, memiliki beberapa cara yang dapat diterapkan agar dapat menarik perhatian konsumen. Diantaranya adalah membagikan brosur atau *flyer*, mengadakan event, menyewa dan memasang *Billboard*, serta membuat spanduk. Risiko yang terdapat pada promosi *offline* ini adalah terjadinya kecelakaan pada saat proses promosi. Kerusakan pada alat promosi seperti *billboard* dan spanduk yang diakibatkan oleh adanya bencana atau perbuatan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab(Haryani, 2019).

2. ***Organization Risk Impact***, Impact atau dampak dari strategi promosi yang dilakukan berfokus pada Reputasi atau Image dari K-One Family Karaoke. Strategi promosi yang dilakukan bertujuan untuk meningkatkan reputasi dari K-One Family Karaoke. Dengan dilakukannya promosi tersebut lebih orang mengetahui keberadaan serta produk dan jasa yang ditawarkan oleh K-One Family Karaoke. Melalui promosi *online*, tidak hanya orang batam saja, melainkan orang luar juga dapat mengetahui produk dan jasa yang ditawarkan oleh K-One Family Karaoke (Nitank & Treivdi, 2017).

Solusi yang dapat diterapkan oleh pemilik usaha K-One Family Karaoke ini adalah dengan memberikan training atau pelatihan yang rutin terhadap karyawan usaha. Dan selalu

memberikan arahan kepada karyawan apabila terjadi kesalahan pada proses pemasaran maupun kerja.

Sama seperti salah satu penelitian terdahulu yang ditulis oleh Farida (2018) berjudul *Manajemen Resiko Pada Perusahaan Jasa Pengiriman Barang (PT Suryagita Nusaraya)* memiliki hasil yaitu memperbaiki masalah dalam pemberian angusran/cicilan yang dilakukan oleh perusahaan. Pada penelitian ini peneliti menciptakan peluang yang lebih besar dalam mengembangkan bisnis karaoke ini dan juga memperbaiki masalah pemasaran serta menciptakan kewaspadaan terhadap pemasaran yang dilakukan agar tidak terjadi kesalahan yang fatal.

SIMPULAN

Dalam menjalankan usaha, *K-One Family* Karaoke tentunya telah melakukan pencatatan pada data-data para pelanggan ataupun menerapkan pelayanan pada registrasi pendaftaran kepada para pelanggan yang ingin dan berminat untuk menjadi member setia pada tempat karaoke ini serta hal ini juga akan berdampak pada pembayaran yakni pembayaran sewa ruang yang juga dilakukan dengan menggunakan uang tunai dan kartu debit-kredit yang dimana dapat mengakibatkan kesalahan dalam perhitungan uang ataupun sulit dalam memberikan pengembalian uang karena telah tervalidasi oleh sistem. Menurut *K-One family*, langkah yang tepat dalam kunci utama mereka untuk memuaskan para customer adalah dengan memberikan service atau pelayanan yang baik kepada para customer yakni dapat berupa memberikan diskon pada customer kemudian memberikan makanan gratis kepada para customer setiap hari dan juga mengadakan giveaway untuk para customer. Adapun beberapa faktor yang menjadi penghambat dalam kualitas pelayanan: Modal, Sarana, Prasarana, dan terkait pembayaran yang telah diterapkan oleh *K-One family* adalah dengan menerapkan metode cash, kartu debit dan QR-Code.

Referensi :

- Alizadeh, S. S. (2020). *The Bowtie method in safety management system: A literature review*.
- As Sajjad, M. B., Kalista, S. D., Zidan, M., & Christian, J. (2020). Analisis Manajemen Risiko Bisnis. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, 18(1), 51. <https://doi.org/10.19184/jauj.v18i1.18123>
- Hardi, F. A. (2018). *MANAJEMEN RISIKO PADA PERUSAHAAN JASA PENGIRIMAN BARANG (STUDI KASUS PT. SURYAGITA NUSARAYA)*. <http://idr.uin-antasari.ac.id/id/eprint/9689>
- Haryani, D. S. (2019). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Puspendari Asri Tanjungpinang. *Jurnal Dimensi*, 8(1), 54-70. <https://doi.org/10.33373/dms.v8i1.1827>
- Iksyanti, D. Z., & Hidayat, A. M. (2022). Pengaruh Social Media Marketing melalui Electronic Word Of Mouth pada Platform Tiktok terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. *YUME: Journal of Management*, 5(2), 11-18. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.435>
- Morissan. (2017). *Metode Penelitian Survei* (F. hamid U. Andy Corry Wardhani (ed.); cet. 3). Kencana.
- Muhardiansyah, D. (2022). *YUME : Journal of Management Penilaian Tingkat Maturitas Penerapan Manajemen Risiko*. 5(3), 131-136. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i3.2393>
- Naninsih, N. (2022). Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Digital Marketing. *Journal of Management*, 5(2), 479-490. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i2.2672>
- Nitank, R., & Treivdi, M. K. (2016). Pestle Technique – A Tool To Identify External Risks In Construction Projects. *International Research Journal of Engineering and Technology*, 03(01), 384-388. www.irjet.net
- Putri, P. A., Widjasena, B., & ... (2020). Analisis Manajemen Pengendalian Kebakaran di

- Tempat Hiburan Karaoke Yang Berlokasi di Semarang Jawa Tengah. ... *Kesehatan Masyarakat* (e ... , 8, 497-503.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jkm/article/view/27840>
- Ramadhan, F. (2017). Analisis Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3) menggunakan metode Hazard Identification Risk Assessment and Risk Control (HIRARC). *Seminar Nasional Riset Terapan, November*, 164-169.
- Rizky Fauziah, R. W. (2020). *The Process of Product Purchasing decision Through E-Marketing*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. & A. D. (2020). *Kepuasan Pelanggan*. Andi offset.
- Wicaksana, A. (2016a). Analisis Harga Saham Yang Dipengaruhi NPM dan DPS. *Https://Medium.Com/*, 45-65. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Wicaksana, A. (2016b). 濟無No Title No Title No Title. *Https://Medium.Com/*, 5(November), 1-13. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>