

ANALISIS PENERAPAN ENTERPRISE RISK MANAGEMENT DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA NUR MART KOTA GUNUNGSITOLI

Nikmahtul Hidayah Telaumbanua¹, Emanuel Zebua², Yupiter Mendrofa³, Serniati Zebua⁴
Universitas Nias

e-mail: nikmahtulhidayah12@gmail.com¹, emanuel.zeb79@gmail.com²,
yupiter.mend81@gmail.com³, semizebua79@gmail.com⁴

Abstrak – Enterprise Risk Management (ERM) merupakan suatu proses yang sistematis dan berkelanjutan yang dirancang dan dijalankan oleh manajemen guna memberikan keyakinan yang memadai bahwa semua risiko yang berpotensi memberikan dampak negatif pada nilai perusahaan telah dikelola sedemikian rupa sesuai dengan tingkat risiko yang bersedia diambil perusahaan”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan Enterprise Risk Management dalam meningkatkan penjualan pada Nur Mart Kota Gunungsitoli. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan melakukan pengamatan (Observasi), wawancara, angket, dan dokumentasi. Teknik analisis data kualitatif yaitu pengumpulan data (data collection), reduksi data (reduction data), penyajian data (display data) dengan menggunakan indikator ERM yaitu Identifikasi Risiko Pelanggan, Analisis Pasar dan Persaingan, Manajemen Kinerja Penjualan, dan Analisis Rantai Pasokan dan indikator Penjualan yaitu Mencapai Volume Penjualan, Mendapatkan Laba, Menunjang Pertumbuhan. Hasil observasi dan wawancara Analisis Penerapan Enterprise Risk Management Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Nur Mart Kota Gunungsitoli, menunjukkan bahwa Penerapan Enterprise Risk Manajemen sangat berperan penting pada market Nur Mart kota Gunungsitoli dalam meningkatkan penjualan pada Nur Mart kota Gunungsitoli. Dengan mengidentifikasi, mengelola, dan meminimalkan risiko yang dapat mempengaruhi kinerja penjualan melalui indikator identifikasi risiko pelanggan, analisis pasar dan persaingan, manajemen kinerja penjualan, dan analisis rantai pasokan Nur Mart dapat mengambil langkah dan keputusan serta tindakan yang harus dilakukan dalam meminimalkan risiko-risiko yang ada didalam usahanya.

Kata Kunci: Enterprise Risk Manajemen, Penjualan.

ABSTRACT

Enterprise Risk Management (ERM) is a systematic and ongoing process designed and implemented by management to provide adequate confidence that all risks that have the potential to have a negative impact on the value of the company have been managed in a way that is appropriate to the level of risk the company is willing to take." This research aims to determine the application of Enterprise Risk Management in increasing sales at Nur Mart, Gunungsitoli City.

The data collection technique in this research is by conducting observations, interviews, questionnaires and documentation. With qualitative data analysis techniques, namely data collection, data reduction, data display using ERM indicators, namely Customer Risk Identification, Market and Competition Analysis, Sales Performance Management, and Supply Chain Analysis and indicators Sales, namely achieving sales volume, earning profits, supporting growth

The results of observations and interviews from the analysis of the application of Enterprise Risk Management in increasing sales at Nur Mart, Gunungsitoli City, show that the application of Enterprise Risk Management plays a very important role in the Nur Mart market, Gunungsitoli City, in increasing sales at Nur Mart, Gunungsitoli City. By identifying, managing, and minimizing risks that can affect sales performance through customer risk identification indicators, market and competition analysis, sales performance management, and supply chain analysis, Nur Mart can take steps and decisions as well as actions that must be taken to minimize the risks involved. is in his business.

Keywords: Enterprise Risk Management, Sales.

PENDAHULUAN

untuk itu nilai organisasi dihadapkan pada berbagai kejadian potensial dari berbagai faktor internal dan eksternal seperti sumber daya manusia, perkembangan teknologi, politik, serta persaingan. Usaha yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang di tetapkan perusahaan, dapat dilakukan dengan penerapan ERM. Dari hasil survei awal yang dilakukan oleh peneliti pada Nur Mart, yang mana data penjualan pada Nur Mart tahun (2019,2020,2021,2022) mengalami penurunan pada penjualan dan tidak mencapai target penjualan dari tahun 2020-2022.

Tabel 1.1

Data hasil penjualan pad Nur Mart Gunungsitoli periode 2019-2022.

No	Tahun	Hasil Penjualan	Target Penjualan
1.	2019	Rp. 209.350.000	Rp 200. 000.000
2.	2020	Rp. 386.290.000	Rp 400. 000.000
3.	2021	Rp. 364.720.000	Rp 500. 000.000
4.	2022	Rp. 488.197.000	Rp 600. 000.000

Berdasarkan hasil survei dari tabel 1.1 diatas, terlihat bahwa tercapainya target penjualan sejak tahun pertama di Nur Mart Gunungsitoli. Dari ntabel diatas juga menunjukkan bahwa target penjualan setiap tahun semakin meningkat namun tidak tercapainya target penjualan datri tahun 2020-2022. Dan juga terjadinya penurunan penjualan hasil penjualan pada tahun 2021 tersebut di sebabkan kurangnya pengelolaan risiko yang di akibatkan tidak tercapainya target penjualan, mulai dari kurangnya tingkat kepuasan pelanggan, munculnya beberapa usaha retail yang sejenis seperti retail Alfamidi dan Indomaret di kota Gunungsitoli, persaingan dan juga ketersediaan produk yang tidak cukup untuk memenuhi permintaan pelanggan.

Definisi Enterprise Risk Management menurut Hery (2015:12) Enterprise Risk Management (ERM) merupakan suatu proses yang sistematis dan berkelanjutan yang dirancang dan dijalankan oleh manajemen guna memberikan keyakinan yang memadai bahwa semua risiko yang berpotensi memberikan dampak negatif pada nilai perusahaan telah dikelola sedemikian rupa sesuai dengan tingkat risiko yang bersedia diambil perusahaan”.

Menurut Diana Mayrika (2021:17), komponen-komponen ada 8 yaitu Internal environment Even identification, risk assessment, risk response, control activities, informan & communication, monitoring, seperti pada gambar berikut :



Gambar 2. 1 Komponen ERM

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian kualitatif adalah mekanisme kerja penelitian yang berpedoman penilaian subjektif nonstatistik atau nonmatematis, dimana ukuran nilai yang digunakan dalam penelitian ini bukanlah angka-angka skor, melainkan kategorisasi nilai atau kualitasnya.

B. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono²⁰¹⁷ Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang diciptakan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

C. Lokasi dan jadwal penelitian

Penelitian ini dilakukan di Nur Mart Kota Gunungsitoli yang berlokasi di Jl. Diponegoro, Tohia Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli, Provinsi Sumatera Utara. Setiap rancangan penelitian perlu dilengkapi dengan jadwal kegiatan yang akan dilaksanakan. Dalam jadwal berisi kegiatan apa saja yang akan dilakukan, dan berapa lama akan dilakukan. Jadwal penelitian terhitung dari bulan mei sampai september 2023.

Menurut (Sugiyono 2019) mengatakan bahwa sumber data terbagi atas dua jenis yaitu sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada peneliti yang akan melakukan pengumpulan data.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui perantara yang terkait erat dengan penelitian ini atau sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data yang biasanya melalui perantara lewat orang lain atau dokumen-dokumen seperti buku-buku, jurnal artikel-artikel serta dokumentasi berupa rekaman suara dan foto-foto sebagai bukti penelitian ini benar dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan market di tengah pasar mencerminkan upaya keras dalam memahami pasar, mengadopsi strategi yang tepat, dan beradaptasi dengan perubahan dalam dinamika ritel modern. Nur Mart adalah market dengan penyediaan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari.

Analisis hasil dan pembahasan: Penerapan Enterprise Risk Manajemen dalam meningkatkan penjualan pada Nur Mart, melalui ERM dengan indikator yaitu Identifikasi Risiko Pelanggan, Analisis Pasar dan Persaingan, Manajemen Kinerja Penjualan, dan Analisis rantai pasokan. Market Nur Mart Kota Gunungsitoli dapat mengidentifikasi risiko yang berkaitan dengan pelanggan, seperti kehilangan pelanggan, penurunan kepuasan pelanggan, atau perubahan preferensi pelanggan.

Dengan memantau dan memahami perubahan di pasar dan persaingan, perusahaan dapat mengambil langkah-langkah strategis untuk mempertahankan dan meningkatkan penjualan. Menurut Mellisa & Andono dalam Haryani & Risnawati 2018: 9) mengatakan bahwa Tujuan ERM adalah ERM dapat membantu dalam mengidentifikasi risiko yang terkait dengan pasar dan persaingan, seperti perubahan tren pasar, munculnya pesaing baru, atau perubahan regulasi. Indikator seperti pangsa pasar perusahaan, analisis pesaing, atau analisis tren pasar dapat membantu dalam memahami risiko ini. Penerapan Enterprise Risk Management dalam meningkatkan dengan memantau kinerja penjualan secara terus-menerus, perusahaan Nur Mart dapat mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk meningkatkan efektivitas penjualan untuk mengevaluasi kinerja penjualan pada Nur Mart yaitu membuat standar penjualan.

Analisis rantai pasokan dapat membantu dalam mengukur dan memantau risiko ini.

Dengan mengelola risiko rantai pasokan dengan baik, perusahaan dapat memastikan ketersediaan produk yang cukup untuk memenuhi permintaan pelanggan dan meningkatkan penjualan. Dapat disimpulkan bahwa nur mart telah menerapkan ERM dengan Identifikasi Risiko Pelanggan, Analisis Pasar dan Persaingan, Manajemen Kinerja Penjualan, dan Analisis rantai pasokan.

Dengan penerapan ERM nur mart mampu mencapai volume penjualan, mendapatkan laba, menunjang pertumbuhan perusahaan sehingga mampu meningkatkan penjualan.

Kendala penerapan ERM dalam meningkatkan penjualan yaitu ketidakpastian lingkungan bisnis. Ketidakpastian lingkungan bisnis dapat menghambat penerapan ERM karena perubahan yang tak terduga dalam faktor-faktor eksternal seperti perubahan pasar, regulasi, atau faktor-faktor ekonomi dapat mempengaruhi risiko yang dihadapi oleh perusahaan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk dapat mengidentifikasi dan mengelola risiko yang terkait dengan ketidakpastian lingkungan bisnis agar dapat merencanakan dan mengambil tindakan yang tepat. Nur Mart perlu mempertimbangkan alokasi sumber daya yang lebih baik, baik dalam hal personel, teknologi, maupun anggaran. Hal ini akan memungkinkan perusahaan untuk memberikan pelatihan khusus kepada karyawan tentang ERM sehingga mereka dapat lebih memahami konsep ini dan mendukung penerapan ERM yang efisien.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti maka dapat di simpulkan bahwa:

1. Penerapan Enterprise Risk Manajemen sangat berperan penting pada market Nur Mart kota Gunungsitoli dalam meningkatkan penjualan pada Nur Mart kota Gunungsitoli. Penerapan ERM dilakukan Dengan mengidentifikasi, mengelola, dan meminimalkan risiko dengan melakukan analisis risiko pelanggan, analisis pasar dan persaingan, manajemen kinerja penjualan, dan analisis rantai pasokan.
2. Penerapan Enterprise Risk Management (ERM) dapat memiliki dampak positif pada peningkatan penjualan di Nur Mart, dengan mengurangi risiko yang dapat mempengaruhi kinerja bisnis dan merugikan peluang penjualan.
3. Penerapan Enterprise Risk Management (ERM) dapat memiliki dampak positif pada peningkatan penjualan di Nur Mart, dengan mengurangi risiko yang dapat mempengaruhi kinerja bisnis dan merugikan peluang penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, dkk. "Enterprise Risk Management Berdasarkan ISO 31000 dalam Pengukuran Risiko Operasional pada Klinik Spesialis Esti." *Jurnal Akuntansi dan Manajemen* 19.02 (2022): 78 - 90.
- Fitria Widiyani. 2021. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Handoko, Ivana Selena. "Penerapan Enterprise Risk Management Guna Meningkatkan Penjualan pada PT. Bintang Fajar." *CALYPTRA* 3.2 (2015): 1-15.
- Hardani dkk, (2020). *Metode Penelitian*. Wonosari: Pustaka Ilmu Group
- Haryani, Dwi Septi, and Risnawati Risnawati. "Analisis Risiko Operasional Berdasarkan Pendekatan Enterprise Risk Management (Erm) Pada Pt. Swakarya Indah Busana Tanjungpinang." *Jurnal Dimensi* 7.2 (2018): 357-367.
- Hery. (2015). *Manajemen Risiko Bisnis Enterprise Risk Managemenet, Every Employee is Risk Owner*. Jakarta: PT Grasindo.
- Iswajuni, (2018). *Pengaruh enterprise risk management (erm) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek*.
- Jannah, Mukhlisotul. "Analisis pengaruh biaya produksi dan tingkat penjualan terhadap laba kotor." *Banque Syar'i: Jurnal Ilmiah Perbankan Syariah* 4.1 (2018): 87-112.

- Mayrika, D. (2021). Pengaruh Penerapan Enterprise Risk Management Dan Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Pariwisata, Restoran Dan Perhotelan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Nadia, Sarah. Analisis Penerapan Manajemen Risiko Dalam Upaya Pencegahan Pembiayaan Bermasalah Pada PT. BPRS Hikmah Wakilah Banda Aceh. Diss. UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2020.
- Rachmawati, Rina. "Peranan bauran pemasaran (marketing mix) terhadap peningkatan penjualan (sebuah kajian terhadap bisnis restoran)." *Jurnal Kompetensi Teknik 2.2* (2011).
- Rahmadani, Y. M., & Husaini, H. (2017). Enterprise Risk Management, Kompleksitas Dan Nilai Perusahaan Manufaktur Di Indonesia. *Jurnal Fairness*, 7(2), 137-150.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, B. (2020). *Manajemen Penjualan (Ketiga)*. Yogyakarta
- Usman Husaini, 2017. *Metodologi Penelitian Sosial*. Edisi 3. Jakarta. Bumi Aksara.