

ABSTRAK

PERANCANGAN MANAJEMEN RISIKO TERINTEGRASI PADA DIGITALISASI BISNIS MOBIL BEKAS PT XYZ

Bisnis otomotif mobil bekas merupakan salah satu bisnis yang menarik di Indonesia. Hal ini terlihat dari banyaknya jumlah *dealer* mobil bekas di Indonesia. Persaingan ketat terjadi di industri mobil bekas, bahkan menjadi salah satu masalah utama yang dialami PT XYZ, sebagai perusahaan mobil bekas terbesar di Indonesia. PT XYZ saat ini memiliki strategi diferensiasi, dengan menjual produk berkualitas premium dan bergaransi, sehingga harga jual yang ditawarkan lebih tinggi dibanding pesaing. Hal tersebut dimanfaatkan oleh para kompetitor dengan melakukan strategi persaingan harga, sehingga *volume* penjualan PT XYZ kurang memuaskan. Terlebih lagi, perkembangan teknologi internet telah mempengaruhi bisnis mobil bekas di Indonesia. Sebagian besar masyarakat Indonesia saat ini gemar melakukan belanja *online*, termasuk bertransaksi mobil bekas. Internet menjadi sangat berperan dalam transaksi jual beli mobil bekas di Indonesia. Sehubungan dengan hal tersebut, manajemen PT XYZ menerapkan strategi baru yaitu digitalisasi bisnis mobil bekas. Digitalisasi bisnis ini merupakan *supporting tools* bisnis mobil bekas konvensional PT XYZ, yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan secara agresif dalam 3 tahun ke depan. Namun di sisi lain, digitalisasi bisnis mobil bekas ini memunculkan adanya risiko-risiko baru di samping risiko bisnis konvensional, yang dapat membahayakan pelaksanaan strategi PT XYZ tersebut. Manajemen risiko terintegrasi merupakan solusi dalam mengamankan pelaksanaan strategi digitalisasi PT XYZ. Dengan melakukan manajemen risiko terintegrasi, risiko-risiko yang dihadapi oleh PT XYZ dapat diidentifikasi, diukur, dievaluasi, dan dikendalikan, serta dicantumkan dalam *risk register* perusahaan. Oleh karena itu PT XYZ perlu melakukan perancangan manajemen risiko terintegrasi pada digitalisasi bisnis mobil bekas.

Kata kunci : mobil bekas, teknologi, digitalisasi, manajemen risiko terintegrasi, *risk register*

ABSTRACT

INTEGRATED RISK MANAGEMENT DESIGN IN DIGITALIZED USED CAR BUSINESS PT XYZ

Used car automotive business is one of an attractive business in Indonesia. This could be proven by huge amount of used car dealers in Indonesia. Used car industry has faced problem of tight competition, PT XYZ as the biggest used car company in Indonesia also has the same issue. Currently PT XYZ has developed a strategy of differentiation, such as selling premium quality and guaranteed products, hence this strategy has bring higher price in the market competition. As the effect higher price, competitors takes advatanges by lower their selling price, it resulting a dropping sales revenue of PT XYZ. Furthermore, the development internet technology has affected on used car business in Indonesia. Most of Indonesian people enjoyed online shop, including sell and buy used car transactions. Internet has become a main role for used car transactions in Indonesia. In accordance with the potential internet transaction, management of PT XYZ has developed a new strategy that is used car digitalized business system. Digitalized business system has conduct a supporting tools for conventional used car business of PT XYZ, this could increased sales significantly in 3 years ahead. However, this digitalized used car system has bring another risk issues to the surface besides used car conventional risks, which could harm the implementation of strategy PT XYZ. Integrated risk management is a solution for secure the implementation of digitalized system PT XYZ. Lastly, by doing the integrated risk management system, it could help to identify, assess, evaluate and control the risks itself and place it into company risk register. Therefore, PT XYZ needs to excercise the integrated risk management design for its digitalized used car business.

Keywords : used car, technology, digitalized, integrated risk management, risk register