

## RINGKASAN

**Manajemen Risiko Pemasaran Ikan Hias Air Tawar melalui *Website* di CV. Molly Jaya Indonesia Farm.** Nadya Perdana Noerhaliza, NIM D31211919, Tahun 2024, PSDKU Manajemen Agribisnis di Kabupaten Nganjuk, Jurusan Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Dosen Pembimbing Fitri Krismiratsih S.ST., M.P dan Dosen Lapang M. Azam Bakhor Zaidi.

Ikan hias dapat dijadikan ikan peliharaan sekaligus peluang bisnis. Pengembangan sumberdaya perikanan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Melalui strategi pemasaran *online*, perusahaan dapat menjawab permasalahan yang ada. Media *website* sangat membantu dalam pemasaran *online* karena tidak dapat diblokir. Namun, terdapat risiko dari dalam dan luar perusahaan yang dapat membahayakan jika tidak ditangani.

Kegiatan Praktek Kerja Lapang atau magang dapat melatih kompetensi sumber daya manusia diluar kelas atau lingkungan kampus. Adanya kegiatan magang di CV. Molly Jaya Indonesia Farm diharapkan mahasiswa dapat memahami dan berkontribusi terhadap permasalahan pada bisnis ikan hias air tawar melalui penalaran kritis. Tujuan dilaksanakan magang yaitu meningkatkan serta melatih mahasiswa untuk berpikir kritis melalui pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman. Selain itu, dapat meminimalisir kesenjangan dalam teori dan praktik. Metode pelaksanaan yang digunakan berupa observasi dan pengumpulan data.

Rangkaian kegiatan magang dimulai dari pengenalan lingkungan perusahaan, dimana dijelaskan waktu dan jenis kegiatan yang dilakukan. Sebelum memulai bisnis, mahasiswa melakukan perencanaan berupa pembuatan *product knowledge* yang memberikan informasi detail ke pelanggan. Perawatan dan panen ikan cupang dapat direncanakan terlebih dahulu agar kualitas ikan cupang tetap terjaga. Pemasaran ikan hias melalui media sosial sangat membantu untuk menjangkau pasar secara luas. Pelayanan pelanggan selalu diutamakan agar terjalin kepercayaan dengan keberadaan perusahaan. Selain itu, penerapan *content creator* sangat membantu perusahaan dan mahasiswa untuk *branding*.

Manajemen risiko pemasaran melalui *website* di CV. Molly Jaya Indonesia Farm dapat diuraikan dahulu akar permasalahan. Adapun permasalahan yang menjadi risiko yaitu produk mudah mati, ongkos kirim ditentukan oleh jasa kirim, hanya sebagian pesanan yang dapat diantar sampai rumah, terjadi *error* dalam waktu tertentu saat pemesanan di *website*, dan sebagian besar pelanggan masih belum mengerti cara pemesanan di *website*. Risiko-risiko tersebut dapat dikumpulkan dan dicatat untuk bahan evaluasi.

Teknik atau langkah penanganan risiko dapat melibatkan mahasiswa dalam melakukan penyelesaian masalah. Adapun penyelesaian masalah yang dilakukan berupa perawatan ikan dengan pemberian obat saat dikemas; menyarankan pelanggan untuk membeli dalam jumlah banyak dan langsung di farm; konfirmasi permintaan pelanggan untuk pengiriman langsung kerumah atau tidak; menyampaikan kendala *error* di *website* kepada pelanggan; serta memberikan tutorial pemesanan berupa video atau tulisan. Setelah itu, perusahaan dapat memutuskan manajemen risiko yang dapat diambil.

Perencanaan bisnis dengan konsep *product knowledge* sangat bermanfaat bagi perusahaan dan pelanggan. Hal ini menjadi salah satu bukti pencegahan risiko yang dapat timbul. Adanya kontribusi mahasiswa menjadikan perusahaan memiliki citra yang baik karena dapat meningkatkan pengetahuan serta keahlian mahasiswa. Guna memperbaiki langkah-langkah penyelesaian permasalahan yang kurang, saran yang dapat dipakai yaitu memberikan potongan harga terhadap ongkos kirim; memastikan semua jasa kirim dapat mengantar pesanan sampai rumah pelanggan; serta memperbaiki dan memantau informasi rumah *domain* diseluruh dunia.