

# **TUGAS AKHIR**

## **ANALISIS RISIKO PASAR TERHADAP PRODUK BARU DI PT. XY**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memenuhi Gelar Sarjana  
Teknik Industri pada Jurusan Teknik Industri  
Universitas Bung Hatta

Oleh:

**ENGLI PUTRI**  
**NPM: 1810017311017**



**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS BUNG HATTA  
PADANG  
2023**

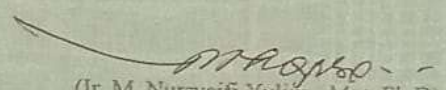
LEMBAR PENGESAHAN  
TUGAS AKHIR

ANALISIS RISIKO PASAR TERHADAP PRODUK BARU  
DI PT. XY

Oleh:

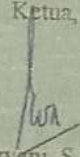
ENGLI PUTRI  
NPM: 1810017311017

Disetujui Oleh:  
Pembimbing

  
(Ir. M. Nursyaifi Yulius., Mgt. Ph.D)  
NIK/NIP: 1023065901

Diketahui Oleh:

Fakultas Teknologi Industri  
Dekan,  
  
(Prof. Dr. Eng. Rani Desmiarti, S.T., M.T.)  
NIK/NIP: 990500496

Jurusan Teknik Industri  
Ketua,  
  
(Eva Suryani, S.T., M.T.)  
NIK: 971100371

## BIODATA



### DATA PRIBADI

Nama Lengkap : Engli Putri  
NPM : 1810017311017  
Tempat/ Tanggal Lahir : Talang Kubu Tapan, 25 Juli 2000  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat Tetap : Jl. Padang Bengkulu Km VII, Nagari Kubu, Ranah Ampek Hulu Tapan  
Telp. : 0822-8781-2937  
E-Mail : [engliputri012@gmail.com](mailto:engliputri012@gmail.com)  
Nama Orang Tua : Afrizal  
Pekerjaan : Petani  
Alamat : Jl. Padang Bengkulu Km VII, Nagari Kubu, Ranah Ampek Hulu Tapan

### PENDIDIKAN

Sekolah Dasar : SDN 15 Tanjung Pondok  
SMP : SMPN 1 Ranah Ampek Hulu  
SMA : SMKN 1 Painan  
Perguruan Tinggi : Universitas Bung Hatta

### KERJA PRAKTEK

Judul : Tinjauan Penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) dalam Pekerjaan Perbaikan dan Penggantian Bordes di PT. Mersi Abadi Sakti.  
Tempat Kerja Praktek : PT. Mersi Abadi Sakti  
Tanggal Kerja Praktek : 9 Agustus 2021– 23 September 2021  
Tanggal Seminar : 30 Desember 2021

### TUGAS AKHIR

Judul : Analisa Risiko Pasar terhadap Produk Baru di PT. XY  
Tempat Penelitian : PT. Perusahaan Perdagangan Indonesia  
Tanggal Seminar Tugas Akhir : 2 Februari 2023

Padang, 10 Februari 2023

(Engli Putri)  
NPM: 1810017311017

## **PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Engli Putri

NPM : 1810017311017

Menyatakan bahwa Tugas Akhir dengan judul **“ANALISIS RISIKO PASAR TERHADAP PRODUK BARU DI PT. XY”** merupakan hasil penelitian saya kecuali untuk rujukan dari referensi seperti yang dikutip dalam Tugas Akhir ini. Tugas Akhir ini tidak pernah diajukan pada universitas lain ataupun pada gelar sarjana yang lain.

Demikianlah surat ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tempat : Padang

Tanggal : 10 Februari 2023

Yang Menyatakan

(Engli Putri)

## PERNYATAAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Pembimbing:

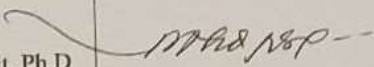
Nama : Ir. M.Nursyaifi Yulius, Mgt, Ph.D.

NIK : 1023065901

Menyatakan bahwa Kami telah membaca Tugas Akhir dengan judul "**ANALISIS RISIKO PASAR TERHADAP PRODUK BARU DI PT. XY**". Dalam penilaian Kami, Tugas Akhir ini telah memenuhi kelayakan dalam hal ruang lingkup dan kualitas untuk menjadi persyaratan dalam mendapatkan gelar Sarjana Teknik (ST).

Dinyatakan di : Padang

Tanggal : 10 Februari 2023

<p><b><u>Pembimbing</u></b></p> <p>Nama : Ir. M.Nursyaifi Yulius, Mgt, Ph.D NIK : 1023065901</p>	
--	--

## ABSTRAK

PT. XY merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan *domestic*, internasional, dan pergudangan. Untuk mencapai tujuan perusahaan dalam meningkatkan peluang bisnis, PT. XY melakukan inovasi produk *house hold care* yaitu produk sabun cuci piring. Produk *house hold care* di Indonesia merupakan unit bisnis yang cukup berkembang pesat dan dinamis, mengingat pada saat ini produk *home care* atau produk kebersihan sangat menjadi prioritas pada masa *pandemic*, menjadikan peluang bisnis baik bagi perusahaan. Dalam pengembangan produk baru banyak risiko yang dapat terjadi, terutama pada risiko pasar. Produk baru selalu menghadapi dan berhubungan dengan risiko karena risiko melekat dalam proses bisnis dan merupakan potensi terjadinya kerugian. Maka diperlukan identifikasi risiko setelah peluncuran produk baru untuk mengetahui faktor risiko apa saja yang menyebabkan produk baru tidak sukses di pasar. Penelitian ini melakukan identifikasi risiko, penilaian risiko dan mitigasi risiko. Untuk mencapai tujuan tersebut, pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dengan pihak PT. XY serta melakukan penyebaran kuesioner hasil dari wawancara dengan pihak perusahaan. Dari hasil wawancara dan kuesioner terdapat 6 faktor risiko dan 29 variabel kejadian risiko. Setelah dilakukan pengumpulan data, selanjutnya akan dicari faktor yang paling kritis dan dianalisa menggunakan *Relative Importance Indeks* (RII). Dari analisa *Relative Importance Indeks* (RII) maka didapatkan hasil bahwa faktor paling kritis adalah faktor *demand* dengan nilai rata-rata RII sebesar 0,641 dan variabel kejadian risiko paling kritis yaitu tingkat Permintaan pasar yang tidak pasti dengan nilai RII sebesar 0,687. Setelah diketahui risiko paling kritis maka dilakukan Mitigasi risiko menggunakan metode PDCA untuk mengatasi dan memberi solusi tindakan perbaikan, PDCA memiliki 4 tahapan *Plan, Do, Check, dan Act*. Dari solusi PDCA terhadap faktor risiko *demand* melakukan mitigasi risiko berupa tindak perbaikan dengan melakukan inovasi, serta perbaikan produk yang menyesuaikan kebutuhan konsumen dan melakukan analisis terhadap target pasar secara berulang dan melakukan penelitian terhadap demografi target pasar yang dituju.

**Kata kunci:** Produk baru, Identifikasi Risiko, *Relative Importance Indeks* (RII), Mitigasi Risiko.

## ***ABSTRACT***

PT. XY is a company engaged in domestic, international trade and warehousing. To achieve the company's goals in increasing business opportunities, PT. XY innovates house hold care products, namely dish soap products. House hold care products in Indonesia are a business unit that is developing quite rapidly and dynamically, considering that currently home care products or hygiene products are a priority during the pandemic, creating good business opportunities for the company. In the development of new products there are many risks that can occur, especially market risk. New products always face and relate to risk because risk is inherent in business processes and is a potential loss. So it is necessary to know the risks after the launch of a new product to find out what are the risk factors that cause the new product to not be successful in the market. This research conducts risk identification, risk assessment, and risk mitigation. To achieve this goal, data collection was carried out by means of interviews with PT. XY and distributing questionnaires from interviews with the company. From the results of interviews and questionnaires, there are 6 risk factors and 29 risk event variables. After collecting data, the most critical factors will be sought and analyzed using the Relative Importance Index (RII). From the analysis of the Relative Importance Index (RII), the results show that the most critical factor is the demand factor with an average RII value of 0.641 and the most critical risk event variable is the level of uncertain market warning with an RII value of 0.687. After the most critical risks are known, risk mitigation is carried out using the PDCA method to overcome and provide solutions for remedial actions, PDCA has 4 stages of Plan, Do, Check, and Act. From the PDCA solution to demand risk factors, risk management is carried out in the form of corrective actions by carrying out innovations, as well as product improvements that adapt to consumer needs and carry out repeated analysis of the target market and conduct research on the demographics of the intended target market.

***Keywords:*** New product, Risk Identification, Relative Importance Index (RII), Risk Mitigation.

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah rabbil'alam, rasa puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah S.W.T Tuhan Yang Maha Esa atas semua nikmat yang telah diberikannya sehingga dapat melaksanakan penulisan Tugas Akhir hingga penyusunan Tugas Akhir. Shalawat dan salam juga tidak lupa penulis sampaikan kepada junjungan semesta alam, pemimpin segala umat yakni Nabi besar Muhammad SAW.

Dalam penulisan dan penyusunan Tugas Akhir ini, penulis sebelumnya memohon maaf apabila dalam penyusunannya terjadi kesalahan dan kekurangan. Mungkin ada kata atau kalimat yang tidak sesuai dengan kaedah yang baik dan benar, sehingga Tugas Akhir ini menjadi kurang sempurna. Semoga setiap huruf, kata dan kalimat yang ada dalam Tugas Akhir ini menjadi bahan acuan nantinya bagi penulis dan pembaca lainnya, serta bisa memberikan kemudahan kepada adik-adik nantinya, yang akan menjalani dan membuat Tugas Akhir.

Perjalanan dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini adalah suatu pengalaman yang mengesankan dengan banyaknya suka dan duka yang telah dijalani, serta ini adalah laporan yang penulis buat setelah dilaksanakannya penelitian Tugas Akhir di PT. Perusahaan Perdagangan Indonesia, di Jakarta . Perjalanan ini tidak begitu panjang, tapi cukup melelahkan jika lalai dalam pelaksanaannya.

Akhir kata kami sebagai penulis mengucapkan terimakasih atas perhatiannya dan semua kritik serta saran yang membangun untuk kesempurnaan Tugas Akhir ini, akan penulis terima dengan senang hati. Semoga laporan ini bermanfaat bagi kita semua. Amiiin.

Padang, 28 Juli 2022

Penulis



## UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan nikmat serta hidayah-Nya, terutama nikmat kesempatan dan kesehatan sehingga penulis bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini tepat waktu. Tidak lupa shalawat beserta salam kita sampaikan kepada Nabi besar kita Muhammad SAW yang telah memberikan pedoman hidup yakni Al-qur'an dan sunnah untuk keselamatan umat manusia di dunia ini.

Dalam pelaksanaan penelitian dan penyusunan Tugas Akhir ini, penulis sangat banyak dibantu dan didukung oleh berbagai pihak sehingga penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan semua rahmat dan hidayahnya.
2. Nabi Muhammad SAW, sebagai pemimpin umat yang telah membawa umatnya menuju zaman dengan penuh ilmu pengetahuan.
3. Kedua Orang Tua dan Keluarga yang doanya selalu menjadi penyemangat dan motivasi setiap langkah yang tempuh dalam Pendidikan.
4. Ibu Eva Suryani S.T.,M.T selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Bung Hatta.
5. Bapak Ir. M. Nursyaifi Yulius, Mgt, PhD selaku pembimbing yang luar biasa dalam memberikan bimbingan, masukan serta ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Teknik Industri Universitas Bung Hatta yang telah membantu dan memberikan ilmu selama penulis dalam masa perkuliahan.
7. Seluruh Pimpinan dan Karyawan PT. Rajawali Nusantara Indonesia dan PT. Perusahaan Perdagangan Indonesia yang telah bersedia membimbing dan berbagi informasi selama penulis melaksanakan penelitian Tugas Akhir.
8. Seluruh teman-teman Magang di PT. Rajawali Nusantara Indonesia terutaman kepada rekan kerja di Divisi Riset dan Inovasi
9. Serta teman-teman seperjuangan Angkatan 2018 "Einstein", yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah sama-sama belajar dan berjuang hingga saat ini.

Semoga jasa baik yang telah diberikan kepada penulis dapat menjadi berkat anugrah dan mendapatkan balasan yang baik disisi-Nya.

Padang, 10 Februari 2023

Engli Putri

## DAFTAR ISI

**HALAMAN JUDUL**  
**LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR**  
**BIODATA**  
**PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR**  
**PERNYATAAN PEMBIMBING**  
**ABSTRAK**  
**ABSTRACT**  
**KATA PENGANTAR**  
**UCAPAN TERIMAKASIH**

<b>DAFTAR ISI</b> .....	i
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	iv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	v
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	vi

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	2
1.3. Tujuan Penelitian .....	2
1.4. Batasan Masalah .....	3
1.5. Sistematika Penulisan .....	3

### **BAB II TINJAUAN LITERATUR**

2.1. Produk Baru .....	5
2.1.1. <i>Pengertian Produk Baru</i> .....	5
2.1.2. <i>Faktor Penyebab Produk Baru Gagal</i> .....	5
2.2. Pemasaran .....	6
2.2.1. <i>Pengertian Pemasaran</i> .....	6
2.2.2. <i>Tujuan Pemasaran</i> .....	7
2.3. Risiko .....	7
2.3.1. <i>Pengertian Risiko</i> .....	7
2.3.2. <i>Klasifikasi Risiko</i> .....	8
2.4. Risiko Pasar .....	10

2.4.1. <i>Pengertian Risiko Pasar</i> .....	10
2.4.2. <i>Klasifikasi Risiko Pasar</i> .....	10
<u>2.4.2.1. Demand</u> .....	11
<u>2.4.2.2. Sales</u> .....	11
<u>2.4.2.3. Competitor</u> .....	11
<u>2.4.2.4. Customer</u> .....	11
<u>2.4.2.5. Product</u> .....	12
<u>2.4.2.6. Advertisement</u> .....	12
2.5. <i>Manajemen Risiko</i> .....	13
2.5.1. <i>Pengertian Manajemen Risiko</i> .....	13
2.5.2. <i>Tujuan Manajemen Risiko</i> .....	14
2.5.3. <i>Tujuan Manajemen Risiko Bagi Perusahaan</i> .....	14
2.6. <i>Relative Importance Index (RII)</i> .....	15
2.7. <i>Plan Do Check Act (RII)</i> .....	16
2.7.1. <i>Tahapan-Tahapan PDCA (Plan-Do-Check-Act)</i> .....	16
2.7.2. <i>Manfaat PDCA (Plan-Do-Check-Act)</i> .....	17
2.8. <i>Diagram Fishbone</i> .....	18

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1. <i>Pendahuluan</i> .....	19
3.2. <i>Pendekatan Penelitian</i> .....	19
3.3. <i>Pengumpulan Data</i> .....	19
3.3.1. <i>Identifikasi Risiko</i> .....	20
3.3.2. <i>Data Primer</i> .....	20
<u>3.3.2.1. Wawancara</u> .....	20
<u>3.3.2.2. Kuesioner</u> .....	21
3.3.3. <i>Objek Dan Sampel Penelitian</i> .....	21
<u>3.3.3.1. Objek Penelitian</u> .....	21
<u>3.3.3.2. Karakteristik Responden Wawancara</u> .....	22
3.4. <i>Pengolahan Data</i> .....	22
3.4.1. <i>Uji Validitas</i> .....	23
3.4.2. <i>Uji Reliabilitas</i> .....	23
3.4.3. <i>Tahap Analisis Dan Penentuan Risiko</i> .....	23

3.4.4. Tahap Mitigasi Risiko .....	24
3.5. Analisa dan Pembahasan.....	25
3.6. Kesimpulan dan Saran .....	25
<b>BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA</b>	
4.1. Pengumpulan Data .....	28
4.1.1. Identifikasi Risiko .....	28
4.1.2. Deskripsi Karakteristik Responden .....	30
4.2.2.1. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	30
3.3.2.2. Karakteristik Responden Menurut Usia .....	30
4.1.3. Data Perceptive Jawaban Responden .....	31
4.2. Pengolahan Data .....	32
4.2.1. Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas .....	32
4.2.1.1. Uji Validitas .....	32
4.2.1.2. Uji Reliabilitas .....	34
4.2.2. Tahap Analisis Dan Penilaian Risiko .....	35
4.2.2.1. <u>Relative Importance Indeks (Rii)</u> .....	35
4.2.3. Mitigasi Risiko .....	37
4.2.3.1. <u>PDCA (Plan, Do, Check, Act)</u> .....	37
<b>BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN</b>	
5.1. Analisis Risiko Dalam Pemasaran Produk Baru di PT. XY .....	42
5.2. Analisis Dan Pembahasan Uji <i>Validitas</i> Dan <i>Reliabilitas</i> .....	42
5.2.1. <i>Uji Validitas</i> .....	42
5.2.2. <i>Uji Reliabilitas</i> .....	43
5.3. Analisis Proses Identifikasi Risiko .....	43
5.4. Analisis dan Pembahasan Variabel Risiko Pasar .....	43
5.5. Analisis dan Pembahasan <i>Relative Importance Indeks (Rii)</i> .....	45
5.6. Analisis dan Pembahasan Mitigasi Risiko .....	46
<b>BAB VI PENUTUP</b>	
6.1. Kesimpulan .....	47
6.2. Saran .....	48
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Daftar Faktor Risiko Pemasarn Pada NPD.....	12
Tabel 3.1. Skala <i>Likert</i> .....	21
Tabel 3.2. Responden Wawancara .....	22
Tabel 3.3. Responden Kuesioner .....	22
Tabel 3.4. Rencana Jadwal Kegiatan .....	27
Tabel 4.1. Penyusunan Faktor dan Variabel Risiko Pasar .....	29
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin .....	30
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Menurut Usia .....	30
Tabel 4.4. Distribusi Variabel Risiko.....	31
Tabel 4.5. Distribusi Persentase Setiap Faktor Risiko .....	32
Tabel 4.6. Hasil Uji <i>Validitas</i> Faktor <i>Demand</i> .....	33
Tabel 4.7. Hasil Uji <i>Validitas</i> Faktor <i>Sales</i> .....	33
Tabel 4.8. Hasil Uji <i>Validitas</i> Faktor <i>Competitor</i> .....	33
Tabel 4.9. Hasil Uji <i>Validitas</i> Faktor <i>Customer</i> .....	33
Tabel 4.10. Hasil Uji <i>Validitas</i> Faktor <i>Product</i> .....	34
Tabel 4.11. Hasil Uji <i>Validitas</i> Faktor <i>Advertisement</i> .....	34
Tabel 4.12. Hasil Uji <i>Reliabilitas</i> Faktor Risiko Pasar .....	35
Tabel 4.13. Nilai Rata-Rata RII Setiap Faktor .....	36
Tabel 4.14. Nilai Kritis Variabel RII Setiap Faktor .....	36
Tabel 4.15. Mitigasi Perbaikan Tingkat Termintaan Pasar Yang Tidak Pasti	38

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Produk Baru.....	22
Gambar 3.2. Alur Penelitian.....	26
Gambar 4.1. Penyebab Risiko Pasar .....	38
Gambar 4.2. Aplikasi Warung Pangan.....	40
Gambar 4.3. Iklan Produk OKEMAM.....	40

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1	Kuesioner Wawancara.....	L-1
Lampiran 2	Kuesioner.....	L-2
Lampiran 3	Tabulasi Data Hasil Kuesioner .....	L-3
Lampiran 4	r Tabel.....	L-4



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pengembangan produk merupakan strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk dapat bertahan dan bersaing dengan produk lain yang akan membuat perusahaan semakin berkembang. Pengembangan produk baru akan menjadi sebuah terobosan strategik baru untuk mencegah situasi kebuntuan akibat persaingan bisnis. Dalam pengembangan produk baru tidak lepas dari *risiko*-risiko yang bisa menimbulkan produk tidak sukses dalam pasaran. Proses perancangan produk baru ini harus berjalan secara efisien dan efektif supaya produk yang di *launching* menuai kesuksesan di pasar.

Untuk mencapai tujuan perusahaan dalam meningkatkan peluang bisnis, PT. XY melakukan inovasi produk *house hold care* yaitu produk sabun cuci piring. Produk *house hold care* di Indonesia merupakan unit bisnis yang cukup berkembang pesat dan dinamis, mengingat pada saat ini produk *home care* atau produk kebersihan sangat menjadi prioritas pada masa *pandemic*, menjadikan peluang bisnis baik bagi perusahaan. PT. XY akan mencoba memperkenalkan produk inovasi baru *house hold care* berupa produk pencuci piring dengan merek “OKEMAM” yang di produksi oleh PT. XY. Produk OKEMAM telah melalui proses pengembangan produk dan saat ini masih dalam tahap pemasaran produk baru.

Pengembangan produk baru selalu menghadapi dan berhubungan dengan risiko karena risiko melekat dalam proses bisnis dan merupakan potensi terjadinya kerugian. Dalam produk baru banyak memiliki risiko yang dapat terjadi pada saat pemasaran produk, terutama pada risiko pasar. Dengan demikian, setiap perusahaan harus dapat mengantisipasi segala macam kemungkinan yang terjadi di masa mendatang. Faktor penentu dari kesuksesan produk baru dengan adanya terlebih dulu identifikasi awal dari risiko yang akan terjadi serta meningkatkan kecocokan antara produk baru yang dibuat dengan apa yang diinginkan oleh konsumen. *New product* tidak akan lepas dari risiko, oleh karena itu perlu dikelola dan dikurangi

risiko pasar yang akan muncul serta menerapkan strategi dalam penanganan risiko yang didapat, agar tidak terjadinya suatu kegagalan terhadap produk baru

PT. XY sudah melakukan manajemen risiko untuk identifikasi risiko awal pada pengembangan produk baru, namun setelah produk diluncurkan belum diketahui pasti risiko paling dominan pada pemasaran produk ke konsumen. Hal ini dikarenakan belum ada pengukuran atau penilaian terhadap risiko yang dilakukan oleh perusahaan terhadap produk baru. Maka diperlukan identifikasi risiko setelah peluncuran produk baru untuk mengetahui faktor risiko apa saja yang menyebabkan produk baru tidak sukses di pasar.

Dengan demikian, manajemen risiko akan membantu perusahaan dalam mengidentifikasi kejadian risiko pasar yang akan terjadi serta menetapkan strategi mitigasi risiko, kemudian meninjau kembali strategi yang telah diterapkan sehingga dapat relevan dengan situasi yang terus berkembang. Pada penelitian ini, akan melakukan analisis faktor-faktor risiko yang menyebabkan produk baru tidak sukses di pasar. Dari faktor-faktor yang telah diperoleh, akan dicari faktor yang paling dominan agar terlihat risiko tertinggi dari permasalahan. Hal ini juga nantinya yang akan menjadi patokan untuk membuat strategi mitigasi risiko.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, dalam produk baru di PT. XY banyak risiko yang dapat terjadi sebelum atau sesudah produk dikembangkan terutama pada risiko pasar, namun dari sekian banyak risiko pasar yang ditemukan perusahaan, belum diketahui risiko yang paling dominan pada produk baru. Untuk itu penelitian ini meneliti faktor risiko pasar yang paling dominan terhadap produk baru di PT. XY.

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, penelitian ini dilakukan untuk memenuhi beberapa tujuan yang harus dicapai adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi faktor risiko pasar terhadap produk baru.
2. Menentukan dan menilai risiko pasar yang paling kritis/dominan terhadap produk baru.

3. Menyusun mitigasi risiko pasar terhadap risiko kritis/dominan pada produk baru produksi PT. XY.

#### **1.4. Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini, penulis memberikan batasan-batasan masalah agar penelitian ini dapat terarah dan tidak meluas, sebagai berikut:

1. Identifikasi risiko hanya difokuskan pada risiko pasar.
2. Penelitian ini hanya meneliti risiko kritis/dominan yang berpengaruh terhadap produk baru produksi PT. XY.
3. Objek penelitian dilakukan pada produk sabun cuci piring dengan merk OKEMAM.

#### **1.5. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan merupakan sistem penulisan laporan dari awal sampai akhir dengan berurutan sehingga menjadi teratur. Adapun sistematika penulisan tugas akhir ini sebagai berikut:

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, Batasan masalah dan sistematika penulisan.

##### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini membahas tentang studi literatur dan konsep dasar yang berkaitan dengan pokok permasalahan untuk memecahkan masalah penelitian.

##### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini membahas mengenai alur penelitian serta metode penelitian dari awal sampai akhir penelitian dan mengetahui metode yang akan digunakan saat melakukan pemecahan masalah.

##### **BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Bab ini berisikan tentang pengumpulan dan pengolahan data yang diperlukan dalam penelitian serta proses pengolahan data berdasarkan prosedur dan metode yang digunakan untuk mencapai tujuan.

## **BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan tentang analisa dan interpretasi dari hasil pengumpulan dan pengolahan data (hasil penelitian) yang berorientasi pada tujuan penelitian.

## **BAB VI PENUTUP**

Berisikan tentang kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan serta masukan yang berguna agar diperoleh penelitian yang lebih baik