

BAB I

EXECUTIVE SUMMARY

1.1 Pendahuluan

Sektor perikanan memiliki sumberdaya yang sangat potensial pada Indonesia sejak dulu, seiring berjalannya waktu sektor perikanan semakin menjanjikan dibandingkan dengan sektor pertanian yang banyak digunakan untuk berbagai kegiatan ekonomi yang lain. Potensi sumberdaya perikanan yang terkandung dalam wilayah perairan nasional memiliki tingkat keanekaragaman hayati yang paling tinggi, yaitu mencapai 37% dari spesies yang ada didunia. Sehingga tidak heran bila kita melihat bagaimana perkembangan yang ada didunia sektor perikanan saat ini. Menjadikan sektor perikanan sebagai mata pencaharian utama tidaklah menjadi hal yang perlu dipikirkan lagi. Setelah melihat potensi yang ada tentu membuat kita akan semakin berpikir bagaimana dengan cepat mengembangkan bisnis ini salah satunya dalam membudidayakan udang windu. Udang Windu(*Penaeus Monodon*) merupakan salah satu komoditas unggulan Indonesia. Rasa udang windu yang manis serta berukuran besar membuat komoditas ini disukai oleh pasar internasional. Keuntungan yang didapat dari keuntungan penjualan udang windu juga membuat tidak sedikit para pembudidaya yang memilih komoditas ini sebagai mata pencahariannya.

Berdasarkan Survei penduduk antar sensus (SUPAS) memproyeksikan dimana jumlah penduduk warga di DKI Jakarta pada tahun 2020 bertambah sebanyak 72 ribu orang sehingga bila ditotalkan menjadi 10,57 juta orang. Laporan Badan Pusat Statistik (BPS) dan Bappenas juga menyebutkan bahwa jumlah ini naik dari 0,7% pertahun yang sebelumnya 10.504.100 jiwa. Dengan data tersebut kita dapat berasumsi adanya transaksi terhadap udang windu setiap harinya dipasar. Asumsi tersebut dibuat berdasarkan pernyataan dari Direktorat Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan (PDS)

Kementrian Kelautan dan Perikanan (KKP) Agus Suherman yang mengatakan bahwa transaksi adanya peningkatan terhadap transaksi dalam perdagangan produk perikanan pada pameran dagang internasional yang mencapai US\$ 10,43 miliar yang terlihat di ICE BSD, Tangerang. Jumlah tersebut meningkat 7,26% dibandingkan nilai transaksi produk perikanan pada TEI 2018 sebesar US\$8,45 miliar.

1.2 Deskripsi Perusahaan

Pondok Udang merupakan suatu perusahaan yang bergerak didalam suplai udang windu. Pondok Udang sendiri merupakan sub bidang usaha dari CV. Pertambakan Khatulistiwa yang merupakan pertambakan udang windu dan ikan bandeng yang terletak di Pontianak. Melihat lebih dalam lagi, Pondok Udang merupakan suatu bidang jasa yang menawarkan udang windu dengan skala rumah tangga dan pasar. Adapun maksud dari skala rumah tangga dan pasar tersebut adalah penjualannya langsung terhadap konsumen yang mengkonsumsi produk tersebut dan juga pendistribusian ke restoran hingga pasar tradisional maupun supermarket.

Hal yang membuat kami berbeda terhadap kompetitor lainnya adalah kami menawarkan harga yang murah tetapi tidak menurunkan kualitas dari produk kami. Dikarenakan pengemasan produk kami selain menggunakan plastik, kami juga menawarkan *stereofom* dalam perlindungan udang selama perjalanan ke konsumen. Sehingga menawarkan keamanan ganda agar udang tetap aman dan tetap segar ketika dikonsumsi.

1.3 Analisis Industri

Pondok Udang berada di industri perikanan yang terletak di Cipondoh, Tangerang. Posisi ini bisa dikatakan merupakan tempat yang strategis dikarenakan merupakan daerah yang dimana dikelilingi oleh pasar serta restoran-restoran *seafood* sehingga penjualannya cukup mudah untuk dilakukan. Berdasarkan laporan Kementrian kelautan dan perikanan mengenai pertumbuhan industri sektor perikanan, produksi perikanan nasional mengalami kenaikan diangka 23 juta ton ditahun 2019 dimana pada tahun 2015 pada angka

20 juta ton. Kenaikan ini dapat menjadi salah satu peluang yang dapat dimanfaatkan oleh Pondok Udang mengingat kebutuhan akan makanan laut cukup tinggi di Indonesia.

1.4 Analisis Pasar

Pondok Udang tentu sudah melakukan analisis pasar, dikarenakan analisis pasar merupakan sesuatu yang sangat penting untuk perusahaan agar mengenal bagaimana pasar yang akan dia masuki. Target pasar yang ditargetkan oleh Pondok Udang adalah restoran-restoran, para pedagang yang ada di pasar tradisional maupun di supermarket dan perorangan (skala keluarga atau rumah tangga). Ini merupakan keuntungan yang dimiliki oleh Pondok Udang dikarenakan penjualannya memiliki target yang jelas dan sangat dibutuhkan sehari-harinya sehingga peluang yang diharapkan tentunya akan tercapai.

Pondok Udang juga sudah menjalankan analisis *SWOT* yang terdiri dari *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, dan *Threats*. Analisis *SWOT* ini diperlukan oleh Pondok Udang guna mengantisipasi dan mempersiapkan agar Pondok Udang memiliki profit serta value tersendiri dimata masyarakat.

1.5 Rencana Pemasaran

Pondok Udang merupakan bisnis yang bergerak disektor perikanan. Seperti yang kita ketahui sektor perikanan merupakan sektor yang tidak akan pernah mati dikarenakan demand atau permintaannya terus ada setiap harinya. Sudah ada beberapa platform *digital marketing* yang dipersiapkan oleh Pondok Udang dalam mempromosikan produknya yaitu melakukannya dalam platform digital *E-commerce* Tokopedia dan Shopee.

Kita juga mengetahui *Word to Mouth* merupakan hal yang sangat penting dalam dunia bisnis, selain tidak memerlukan biaya tetapi juga memberikan keefektifan yang cukup tinggi dalam penjualan. Oleh karena itu Pondok Udang selalu memberikan yang terbaik terhadap konsumennya dimulai dari harga yang rendah sehingga produknya dapat memberikan nilai yang baik terhadap konsumen.

1.6 Tim Manajemen dan Struktur Perusahaan

Pondok Udang saat ini dijalankan oleh Teza Joplin Paelongan yang bertanggung jawab atas seluruh kegiatan yang ada di Pondok Udang. Tanggung jawab itu terdiri dari kegiatan operasional, keuangan, pemasaran, hingga pendistribusian dari udang. Saat ini Pondok Udang memiliki dua karyawan yang membantu *owner* untuk melakukan *packing* terhadap udang yang akan dijual.

1.7 Perencanaan Operasional

Saat ini Pondok Udang memiliki *supplier* tetap yaitu adalah CV Pertambakan Khatulistiwa sendiri yang merupakan naungan dari Pondok Udang. Jadi dalam operasionalnya Pondok Udang hanya tinggal menunggu pengirimannya dari CV Pertambakan Khatulistiwa kemudian membawanya di Cipondoh, Tangerang untuk disimpan kemudian didistribusikan kepada konsumen setiap harinya. Adapun jadwal operasionalnya dimulai dari jam 4 pagi hingga 12 siang. Sebelum didistribusikan ke konsumen, pemilik dan pekerja akan melakukan *packaging* ke udang hingga aman dan tetap terjaga kualitasnya ketangan konsumen.

Pengecekan stok dan pencatatan keuangan menjadi agenda rutin yang dilakukan oleh *owner* guna terdapat arus yang jelas didalam Pondok Udang.

1.8 Rencana Pengembangan Produk dan Jasa

Untuk rencana pengembangan produk dan jasa untuk kedepannya yang diharapkan oleh Pondok Udang sendiri adalah meningkatkan konsumen tetap seperti restoran-restoran serta pedagang yang ada dipasar. Tentu dibutuhkan pemasaran yang baik untuk dapat mendapatkan target yang diharapkan. Oleh karena itu dalam pengembangan produknya Pondok Udang memberikan harga yang sangat spesial diantara penjual-penjual lainnya. Kemudian untuk kualitas *owner* akan melakukan pelatihan-pelatihan terhadap karyawan. Adapun pelatihan tersebut adalah pelatihan untuk melakukan *packaging* terhadap udang. Dikarenakan memiliki *packaging* yang baik akan

menentukan *fresh* atau tidaknya dari udang yang akan diterima oleh konsumen.

1.9 Proyeksi Keuangan

Proyeksi penjualan bersih dari penjualan Pondok Udang akan dijabarkan sampai pada tahun ketiga. Yaitu untuk tahun pertama sebesar Rp3.075.480.000, tahun kedua sebesar Rp3.690.576.000, dan tahun ketiga sebesar Rp4.797.748.800. Sehingga untuk penerimaan yang didapatkan setelah pemotongan HPP (Harga Pokok Penjualan) untuk tahun pertama Rp502.166.000, tahun kedua sebesar Rp602.599.200, dan tahun ketiga sebesar Rp783.378.960.

Break Even Point Pondok Udang akan diterima setelah berhasil menjual 7843 kilogram udang/tahun. Adapun penjualan-penjualan tersebut berdasarkan targetnya adalah:

1. Penjualan udang windu di *ecommerce*: 1656 kilogram pertahun.
2. Penjualan udang windu di restoran: 2625 kilogram pertahun.
3. Penjualan udang windu di pasar: 3564 kilogram pertahun.

Sehingga didapatkanlah untuk *Break Even Point* Pondok Udang perbulannya adalah sebesar 654 kilogram. Adapun penjualan-penjualan tersebut berdasarkan targetnya adalah :

1. Penjualan udang windu di *ecommerce* : 138 kilogram perbulan
2. Penjualan udang windu di restoran: 219 kilogram perbulan
3. Penjualan udang windu di pasar: 297 kilogram perbulan

Payback period Pondok Udang akan diperoleh dibawah satu tahun yaitu berkisar pada 4,3 bulan.