



RINGKASAN

NADHIFA ATHA ZAHRA DARMINI. Strategi Ekspor Produk Makanan Kaleng di CV Mitra Tani Farm. *Export Strategy for Canned Food Products at CV Mitra Tani Farm*. Dibimbing oleh MUH. FATUROKHMAN

Perkembangan zaman membawa banyak perubahan, termasuk dalam teknologi. Teknologi yang berkembang pesat disebabkan oleh kebutuhan manusia yang semakin meningkat dan kemudahan dalam mengakses informasi. Salah satu dampak dari majunya teknologi ini adalah perdagangan internasional yang menyebabkan produksi dari negara lain meningkat. Kegiatan perdagangan internasional ini kerap disebut dengan sebutan kegiatan ekspor-impor. Kondisi bahwa tidak ada suatu negara yang benar-benar mandiri karena satu sama lain saling membutuhkan dan mengisi merupakan dasar dari terjadinya kegiatan ekspor-impor. Pelaku ekspor Indonesia didominasi oleh para usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Sekitar 85 persen dari 15 ribu eksportir Indonesia saat ini masuk ke dalam kategori UMKM. Dengan kondisi yang disampaikan diatas, maka peluang UMKM untuk memasuki pasar ekspor sangat terbuka.

CV Mitra Tani Farm yang berlokasi di Ciampea Kabupaten Bogor adalah perusahaan peternakan terpadu yang berkecimpung dalam penjualan hewan qurban dan pengolahannya. Salah satu produk olahan yang dihasilkan oleh CV Mitra Tani Farm adalah produk makanan kaleng yang berbahan dasar daging domba dan sapi. Keunggulan dari produk makanan kaleng ini adalah mampu bertahan hingga tiga tahun tanpa bahan pengawet dengan izin edar yang sudah lengkap. Dengan keunggulan tersebut, produk makanan kaleng yang diproduksi oleh CV Mitra Tani Farm memiliki peluang besar untuk mengekspor produknya ke negara-negara luar.

Kajian pengembangan bisnis ini merupakan strategi ekspor produk makanan kaleng di CV Mitra Tani Farm. Ide pengembangan bisnis ini didasari oleh analisis SWOT, yaitu strategi S-O sebagai alternatifnya dari 4 alternatif lainnya. Berdasarkan aspek non finansial dan finansial, kajian pengembangan bisnis ini layak untuk dijalankan. Hal ini dikarenakan, pada aspek non finansial terdapat target pasar, memiliki struktur manajemen yang baik, dan memiliki kerja sama dengan mitra perusahaan. Sedangkan pada aspek finansial, kajian pengembangan bisnis ini dapat dikatakan layak untuk dijalankan dengan nilai $R/C\ ratio > 1$, yaitu setelah pengembangan sebesar 2,07 yang artinya setiap Rp1 yang dikeluarkan dapat menghasilkan keuntungan sebesar Rp2,07 dan dilihat melalui perhitungan analisis anggaran parsial mendapatkan keuntungan tambahan sebesar Rp345.636.049. Berdasarkan analisis laba ruginya, pendapatan setelah pajak yang didapat sebelum pengembangan bisnis sebesar Rp68.128.826 dan setelah pengembangan bisnis menjadi sebesar Rp412.036.695. Oleh karena itu, perusahaan diharapkan dapat menerapkan ide pengembangan bisnis ini.

Kata kunci: Mitra Tani Farm, ekspor, UMKM, makanan kaleng

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.