

# 1 PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman membawa banyak perubahan, termasuk dalam teknologi. Teknologi yang berkembang pesat disebabkan oleh kebutuhan manusia yang semakin meningkat dan kemudahan dalam mengakses informasi. Dalam era yang sudah maju akan teknologi dan komunikasinya, banyak dilakukan penjualan-penjualan dengan berbagai macam metode. Salah satu dampak dari majunya teknologi ini adalah perdagangan internasional yang menyebabkan produksi dari negara lain meningkat. Perdagangan merupakan salah satu alternatif untuk mencapai suatu perkembangan terutama apabila mencapai skala internasional, yaitu perdagangan internasional (Wulandari *et al.* 2019). Kegiatan perdagangan internasional ini kerap disebut dengan sebutan kegiatan ekspor-impor. Teori *endogenous economic growth* menerangkan bahwa perdagangan internasional baik ekspor maupun impor memiliki pengaruh yang positif terhadap output dan pertumbuhan ekonomi (Romer 1986 dalam Ginting 2017). Tidak ada suatu negara yang benar-benar mandiri karena satu sama lain saling membutuhkan dan mengisi merupakan dasar dari terjadinya kegiatan ekspor-impor. Pertukaran barang dan/atau jasa antar negara dalam bentuk suatu hubungan perdagangan sangat diperlukan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Perdagangan internasional terjadi akibat perbedaan produksi komoditi setiap negara, karena setiap negara mempunyai produk unggulannya masing-masing. Hal ini menyebabkan perkembangan perekonomian global yang terjadi mempengaruhi perekonomian masing-masing negara. Pertumbuhan industri dan ekonomi suatu negara memiliki beberapa pendorong, salah satunya adalah ekspor. Tujuan dari ekspor adalah mengendalikan harga produk ekspor, menciptakan iklim usaha yang kondusif, dan menjaga kestabilan kurs valuta asing (Lubis 2018). Indonesia dituntut untuk menyusun dan melakukan strategi ekspor yang tepat guna menghadapi era perdagangan bebas dan memanfaatkan ekspor diluar bidang migas. Beberapa sektor bidang ekspor nonmigas antara lain pertanian, kehutanan dan perikanan, industri pengolahan, dan pertambangan. Nilai ekspor nonmigas Indonesia mengalami kenaikan seperti yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Nilai ekspor nonmigas Januari - Desember 2021

Keterangan	Nilai ekspor (US \$)	Persen (%)
Eskpor nonmigas	US\$219,27 miliar	41,52
Provinsi Jawa Barat	US\$33,86 miliar	14,62
Eskpor nonmigas sektor hasil industri pengolahan		35,11

Sumber : Badan Pusat Statistik 2022

Berdasarkan Tabel 1, nilai ekspor nonmigas Indonesia untuk periode Januari – Desember 2021 mencapai US\$219,27 miliar atau naik 41,52 persen dibandingkan periode tahun lalu dan dilihat menurut provinsi asal barangnya, ekspor Indonesia terbesar untuk periode Januari – Desember 2021 berasal dari Jawa Barat dengan nilai US\$33,86 miliar atau 14,62 persen. Sedangkan menurut sektornya, ekspor

nonmigas hasil industri pengolahan untuk periode Januari – Desember 2021 mengalami kenaikan sebesar 35,11 persen dibanding periode yang sama pada tahun 2020.

Menurut Kementerian Perdagangan (Republika 2022), 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. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi sosial (Senja 2016). Dengan kondisi yang disampaikan diatas, maka peluang UMKM untuk memasuki pasar ekspor sangat terbuka. Hal ini tentu menjadi daya tarik bagi semua pihak yang berada di sektor UMKM, salah satunya adalah CV Mitra Tani Farm.

CV Mitra Tani Farm yang berlokasi di Ciampea Kabupaten Bogor adalah perusahaan peternakan terpadu yang bergerak 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. Oleh karena itu, dalam kajian pengembangan bisnis ini merumuskan ide dengan menyusun strategi ekspor yang dapat diterapkan oleh perusahaan guna meningkatkan output penjualan pada produk makanan kaleng.

## 1.2 Rumusan Masalah

Adanya inovasi dalam mengonsumsi makanan berbahan dasar daging menjadi sebuah kemudahan tersendiri bagi konsumen. Inovasi ini adalah terciptanya makanan kaleng yang siap santap, seperti makanan kaleng yang diproduksi oleh CV Mitra Tani Farm. Pada produksinya, CV Mitra Tani Farm mengalami *excess supply* produk makanan kalengnya yang mengakibatkan perusahaan untuk memanfaatkan pasar ekspor. Pada tahun 2020, CV Mitra Tani Farm berhasil melakukan ekspor, namun akibat pandemi yang melanda, produk olahan makanan kaleng CV Mitra Tani Farm belum melakukan pengeksporan kembali. Sehingga, sebagian besar penjualan yang dilakukan oleh CV Mitra Tani Farm masih memanfaatkan media sosial dan *marketplace* yang menargetkan konsumen dalam negeri. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan dua permasalahan terkait kajian pengembangan bisnis ini antara lain :

1. Bagaimana perumusan ide pengembangan bisnis melalui analisis faktor eksternal dan internal perusahaan?
2. Bagaimana menganalisis kelayakan pengembangan bisnis dengan melakukan ekspor produk melalui analisis finansial dan analisis non finansial?

## 1.3 Tujuan

Dari latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari kajian pengembangan bisnis ini adalah sebagai berikut.

1. Merumuskan ide pengembangan bisnis melalui analisis faktor eksternal dan internal perusahaan.

2. Menganalisis kelayakan ide pengembangan bisnis melalui analisis finansial dan analisis non finansial.

#### 1.4 Manfaat

Dari hasil kajian pengembangan bisnis ini diharapkan dapat memberikan hasil sebagai berikut.

1. Mengetahui ide pengembangan bisnis melalui analisis faktor eksternal dan internal perusahaan.
2. Mengetahui kelayakan ide pengembangan bisnis melalui analisis finansial dan analisis non finansial.

#### 1.5 Ruang Lingkup

Ruang lingkup kajian pengembangan bisnis ini adalah merancang ide dan membantu perusahaan dalam meningkatkan penjualan pada produk makanan kaleng dengan memanfaatkan pasar ekspor. Kajian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif dengan data yang digunakan dalam kajian pengembangan bisnis ini adalah data primer dan data sekunder. Data tersebut diolah guna mengetahui besaran pengeluaran maupun investasi yang dilakukan oleh perusahaan untuk menjalankan unit bisnis tersebut. Tujuan dari ide pengembangan bisnis ini adalah untuk mengatasi masalah *over production* yang dihadapi perusahaan pada produk makanan kalengnya dan melakukan pengeksporan secara rutin setiap tahun menggunakan strategi yang sudah dirancang.



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:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.