



I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ikan merupakan komoditas yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia dengan gizinya yang tinggi dan sebagai salah satu sumber protein hewani. Selain kaya protein, ikan juga mengandung lemak, vitamin, dan mineral. Konsumsi ikan di Indonesia dari tahun ke tahun menunjukkan tren peningkatan. Peningkatan angka konsumsi ikan di Indonesia pertahunnya dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Angka konsumsi ikan di Indonesia

Tahun	Jumlah (Kg/kapita)
2019	54,5
2020	54,56
2021	55,37

Sumber : KKP (2021)

Angka konsumsi ikan nasional mencapai 55,37 kg/kapita pada tahun 2021. Angka konsumsi ikan naik 1,48% dibanding tahun sebelumnya yang sebesar 54,56 kg/kapita (KKP 2021). Peningkatan konsumsi ikan akan berdampak pada jumlah permintaan ikan di pasaran. Tingginya permintaan ikan dipasaran dan terbatasnya hasil produksi ikan menjadi masalah yang saat ini sedang dihadapi. Banyak upaya yang telah dilakukan untuk mengatasi masalah ini salah satunya dengan pengembangan budi daya di bidang perikanan agar dapat memenuhi persediaan ikan sebagai bahan pangan di Indonesia, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan membuka peluang kerja. Banyak pembudidaya ikan patin dan lele dari pembenihan hingga pembesaran yang ada di daerah Kabupaten Bogor, produksi yang dihasilkan pertahunnya cukup tinggi, karena permintaan pasar terhadap ikan juga semakin meningkat dan banyaknya masyarakat yang memulai melakukan budi daya ikan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Pada Tabel 2 terdapat jumlah produksi ikan konsumsi yang dihasilkan pertahunnya di daerah Kabupaten Bogor.

Tabel 2 Jumlah produksi ikan konsumsi di Kabupaten Bogor

Tahun	Produksi (ton)
2018	125.136,42
2019	125.228,12
2020	118.624,82

Sumber : BPS (2021)

Produksi ikan di Kabupaten Bogor sudah mencapai ratusan ribu ton pertahunnya. Produksi mengalami fluktuasi karena disebabkan oleh beberapa faktor. Penyebab fluktuasi yaitu distribusi, transportasi dan pemasaran ikan mengalami kendala pada saat pandemi *Covid-19*. Ikan yang biasa dibudidayakan oleh masyarakat adalah ikan patin dan lele yang pemeliharaannya memerlukan waktu yang relatif pendek. Di Kabupaten Bogor terdapat banyak para pembudidaya ikan patin dan ikan lele, salah satunya yaitu UPR Pasir Gaok Fish Farm yang



merupakan tempat budi daya ikan lele dan benih ikan patin dengan kegiatan usaha budi daya pembenihan ikan patin dimulai dari pengelolaan induk ikan, pemijahan, penetasan telur, pemeliharaan larva sampai berukuran 0,75 inci (2 cm) sebagai segmen pendederan I. Kemudian dilanjutkan tahap pendederan II di kolam tembok dan kolam bundar untuk menghasilkan bibit patin berukuran 1 – 3 inci dan budi daya ikan lele dari pembenihan hingga pembesaran. Jumlah produksi yang dihasilkan UPR Pasir Gaok Fish Farm dan permintaan terhadap ikan patin dan ikan lele per tahun dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 Jumlah produksi dan permintaan ikan lele dan patin pertahun di UPR Pasir Gaok Fish Farm

Tahun	Ikan patin (ekor)			Ikan lele (ekor)		
	Produksi	Permintaan	Selisih	Produksi	Permintaan	Selisih
2019	10.064.000	9460.160	603.840	1.872.070	1.759.746	112.324
2020	7.970.900	7492.646	478.254	1.194.099	1.122.453	71.646
2021	8.947.400	8410.556	536.844	1.003.000	942.820	60.180

Sumber : Pasir Gaok Fish Farm (2022)

Tabel 3 menunjukkan selisih permintaan dan produksi. Selisih ini menimbulkan kerugian bagi perusahaan karena permintaan dari pasar dan pelanggan mengalami penurunan. Penurunan permintaan pada benih ikan patin dan ikan lele dengan ukuran benih hingga konsumsi dengan informasi yang didapat dari perusahaan penurunan terjadi akibat dampak Covid-19 yang mengakibatkan beberapa kota tujuan penjualan produk pada perusahaan mengalami penurunan permintaan dan terjadi *lockdown* di beberapa daerah yang mengakibatkan terhambatnya jalur transportasi untuk pengiriman ikan ke kota tujuan pelanggan. Solusi dalam mengatasi permasalahan agar produksi ikan patin dan ikan lele dengan ukuran benih hingga konsumsi dapat terserap oleh pasar, salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah perluasan pemasaran. Perluasan pemasaran ini dilakukan agar permintaan pada perusahaan dapat meningkat, hal ini dilakukan dengan cara pemanfaatan teknologi dan informasi dapat menemukan pasar baru yang berpotensi untuk membeli hasil produksi dari perusahaan. Penerapan media digital dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk pemasaran atau promosi. Strategi yang sering digunakan dalam pemasaran pada saat ini yaitu *social media marketing* yaitu mempromosikan perusahaan dengan menggunakan konten di media sosial untuk memperkenalkan perusahaan serta produk yang dimiliki ke masyarakat luas.

Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi dalam beberapa tahun terakhir menjadikan internet sebagai alat komunikasi yang banyak diminati oleh masyarakat. Hal ini yang melatarbelakangi perubahan komunikasi konvensional menjadi modern dan serba digital. Jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 205 juta pada Januari 2022 (HootSuite 2022). Ini berarti ada 73,7% dari populasi Indonesia yang telah menggunakan internet. Kemudian *HootSuite* juga melaporkan jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 191 juta dengan peningkatan 12,35% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebanyak 170 juta orang. Dengan demikian, sistem pemasaran menggunakan media sosial dinilai mampu menjawab kebutuhan di era saat ini.

Platform media sosial untuk promosi yang paling banyak digunakan pengguna media sosial Indonesia adalah *facebook*. Berdasarkan data *Statcounter*, pangsa pasar dari *facebook* di dalam negeri sebesar 72,32% pada April 2022 (*Statcounter* 2022). Kelebihan yang dimiliki media sosial *facebook* yaitu lengkapnya fitur yang disediakan yaitu *feed, story, reels, messenger inbox* dan grup/komunitas penjual ikan. Hal ini menjadi salah satu peluang UPR Pasir Gaok Fish Farm untuk memanfaatkan teknologi informasi yang semakin berkembang, dengan memasarkan produknya dengan memfokuskan pemasaran melalui media sosial *facebook*.

1.2 Tujuan

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, tujuan dari penulisan kajian pengembangan bisnis di Perusahaan Pasir Gaok Fish Farm adalah:

1. Merumuskan ide rencana pengembangan bisnis berdasarkan hasil analisis eksternal dan analisis internal perusahaan.
2. Menyusun perencanaan pengembangan bisnis dengan perluasan pemasaran melalui media sosial *facebook* pada UPR Pasir Gaok Fish Farm berdasarkan pendekatan *Business Model Canvas*.
3. Menyusun dan mengkaji kelayakan pengembangan bisnis perluasan pemasaran melalui media sosial *facebook* dengan metode analisis laporan laba rugi dan *R/C ratio*.



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

