



# 1 PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Sektor perikanan menjadi salah satu sektor yang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat. Sektor perikanan terbagi menjadi dua yaitu perikanan tangkap dan perikanan budidaya. Sektor perikanan tangkap dapat menjadi salah satu peluang bisnis yang memungkinkan, salah satunya ikan kakap. Rasa gurih dan kandungan protein yang tinggi menjadikan ikan kakap sebagai ikan yang digemari, serta memiliki nilai ekonomis yang tinggi jika dibandingkan dengan jenis ikan air laut lainnya. Data Kementerian Kelautan dan Perikanan konsumsi ikan di Indonesia mengalami kenaikan setiap tahunnya, hal ini menunjukkan bahwa antusias masyarakat mengkonsumsi ikan semakin bertambah. Data konsumsi ikan pada tahun 2016 sebesar 43.94 kg/kapita/tahun, sedangkan pada tahun 2017 sebesar 46.49 kg/kapita/tahun, terjadi kenaikan 2.55 kg/kapita/tahun.

CV Bening Jati Anugrah merupakan perusahaan pengolahan ikan yang sudah berdiri sejak Februari 2007. CV Bening Jati Anugrah memproduksi 25 macam produk olahan ikan yang dibekukan atau *frozen food*. Perusahaan memasarkan produk-produk ke wilayah Jabodetabek, perusahaan juga bekerja sama dalam memasarkan produk dengan distributor *frozen food*. Produk yang paling diminati antara lain samosa ikan, ikan, ekado, dan otak-otak panjang. CV Bening Jati Anugrah memproduksi dua jenis bakso yaitu bakso ikan atau baslok dan bakso putih. Bakso putih salah satu bakso yang diminati konsumen. Permasalahan yang muncul pada perusahaan adalah belum maksimalnya penjualan produk baslok. Baslok atau bakso colok dikemas dengan plastik rol yang berukuran satu kg dalam satu kemasan. Perusahaan memproduksi baslok sebanyak 560 kg/bulan, sedangkan bakso yang terjual ke pelanggan tetap yaitu Feronis dan Chika sebanyak 300 kg/bulan. Terdapat 260 kg/bulan baslok belum terjual secara maksimal. Data permintaan dan penawaran baslok pada distributor Feronis dan Chika dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Data permintaan dan penawaran distributor Feronis dan Chika

| Toko    | Permintaan (Kg/bulan) | Penawaran (Kg/bulan) | Gap / selisih (Kg/bulan) |
|---------|-----------------------|----------------------|--------------------------|
| Feronis | 150                   | 280                  | 130                      |
| Chika   | 150                   | 280                  | 130                      |
| Jumlah  | 300                   | 560                  | 260                      |

Sumber: CV Bening Jati Anugrah (2019)

Tabel 1 menunjukkan terdapat selisih dari permintaan dan penawaran baslok dari kedua distributor yaitu Feronis dan Chika dengan jumlah 260 kg baslok setiap bulannya. Setiap bulan sebanyak 260 kg baslok belum terjual secara maksimal. Masalah ini dapat diatasi dengan adanya ide pengembangan bisnis perluasan pasar baslok. Berdasarkan analisis pasar, terdapat dua pasar yang akan dimasuki untuk memasarkan baslok yaitu Alif *frozen food* dan Refi *frozen food*. Toko-toko ini terletak di Pasar Tohaga Parung yang menjual berbagai produk *frozen food*. Baslok yang dijual di toko tersebut sebelumnya di pasok dari distributor baslok Minaku.



ko Alif dan Refi *frozen food* kekurangan pasokan baslok sehingga hal tersebut menjadi peluang bagi CV Bening Jati Anugrah untuk memasarkan produknya ke toko Alif dan Refi *frozen food* untuk memaksimalkan penjualan dan memaksimalkan pendapatan yang akan di peroleh perusahaan karena semua produk baslok dapat di distribusikan dengan baik. Data permintaan dan penawaran baslok di toko Alif dan Refi *frozen food* dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Data permintaan dan penawaran Toko Alif dan Refi *frozen food*

| Toko                    | Permintaan<br>(Kg/bulan) | Penawaran<br>(Kg/bulan) | Gap / selisih<br>(Kg/bulan) |
|-------------------------|--------------------------|-------------------------|-----------------------------|
| Alif <i>frozen food</i> | 330                      | 180                     | 150                         |
| Refi <i>frozen food</i> | 270                      | 150                     | 120                         |
| Jumlah                  | 600                      | 330                     | 270                         |

Tabel 2 menunjukkan selisih permintaan dan penawaran baslok dari kedua toko dengan jumlah 270 kg baslok setiap bulannya. Selisih tersebut menjadi peluang bagi CV Bening Jati Anugrah untuk memasarkan baslok ke masing-masing toko tersebut. CV Bening Jati Anugrah akan menjual baslok sebanyak 260 kg atau 10 pack baslok ke Alif dan Refi *frozen food*. Toko Alif *frozen food* akan menerima baslok sebanyak 140 kg per bulan dan toko Refi *frozen food* akan menerima baslok sebanyak 120 kg per bulan.



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies

## 1.2 Tujuan

Tujuan dari kajian pengembangan bisnis Perluasan Pasar Baslok pada CV Bening Jati Anugrah Parung Kabupaten Bogor Jawa Barat ini adalah :

Merumuskan ide pengembangan bisnis

Tujuan pertama dari penyusunan Kajian Pengembangan bisnis ini adalah untuk merumuskan ide pengembangan bisnis. Dalam merumuskan ide pengembangan bisnis ini dapat dilakukan dengan mengidentifikasi lingkungan internal dan eksternal pada perusahaan CV Bening Jati Anugrah. Identifikasi lingkungan internal bertujuan untuk mengetahui faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan, sedangkan identifikasi faktor eksternal bertujuan untuk mengetahui peluang dan ancaman yang akan diterima oleh perusahaan. Dari hasil identifikasi tersebut dapat dihasilkan beberapa rumusan ide pengembangan bisnis, rumusan tersebut selanjutnya akan diajukan kepada perusahaan.

Menyusun kajian pengembangan bisnis

Tujuan kedua dari penulisan Kajian Pengembangan Bisnis ini adalah menyusun rencana pengembangan bisnis yang akan dilaksanakan. Hal ini untuk mengetahui apakah ide pengembangan bisnis yang di ajukan layak atau tidak untuk dilaksanakan. Untuk mengetahui kelayakan bisnis tersebut, maka dilakukan analisis kelayakan usaha. Adapun aspek yang harus dikaji dan dianalisis dalam Kajian Pengembangan Bisnis ini meliputi aspek pasar dan pemasaran, aspek produksi, aspek organisasi dan manajemen, aspek sumber daya manusia, aspek kolaborasi dan aspek finansial.