

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1. Deskripsi Konsep Bisnis

Membuat rencana bisnis atau *Business Plan* merupakan satu hal yang sangat penting untuk dilakukan oleh siapapun yang akan merintis usaha, hal ini perlu dilakukan agar semua rencana bisnis yang akan digeluti dapat berjalan sesuai dengan harapan. Menurut Alma (2016:2), *Business Plan* atau rencana bisnis adalah dokumen yang disediakan oleh *entrepreneur* yang memuat rincian tentang masa lalu, keadaan sekarang dan kecenderungan masa depan dari sebuah perusahaan. Isinya mencakup analisis tentang manajerial, keadaan fisik bangunan, karyawan, produk, sumber permodalan, informasi tentang jalannya perusahaan selama ini dan posisi pasar dari perusahaan. Karena itu, sangat penting bagi para pengusaha untuk membuat *business plan* yang matang.

Perkembangan bisnis perikanan di Indonesia cukup menjanjikan, hal ini dilihat dari mulai berkembangnya budidaya ikan terutama ikan air tawar dengan potensi keuntungan yang cukup besar. Berdasarkan wawancara dengan Direktur Kapal dan Alat Penangkapan Ikan Kementerian Kelautan dan Perikanan, Agus Suherman mengatakan saat ini budidaya ikan punya peluang besar untuk berbisnis karena baru sedikit orang yang menggeluti bisnis ini. Menurutnya, Di Indonesia baru sekitar 5% budidaya ikan dari total ikan yang diperkirakan dijual-belikan dan sisanya 95% didominasi ikan tangkap baik untuk konsumsi dalam negeri ataupun ekspor keluar negeri. Karena itu, sektor perikanan merupakan usaha yang cukup

luas karena bisa dari budidaya dari penangkapan pemasaran maupun pengolahan ikan dan pasar yang cukup potensial untuk ekspor ke sejumlah negara. Kini masyarakat lebih diarahkan, untuk mengembangkan budidaya ikan seperti mujahir dan juga bandeng dengan nilai jual yang cukup bagus di pasaran. Potensi cukup terbuka lebar bagi pengusaha yang ingin membuka usaha budidaya ikan dan pemerintah sangat mendukung usaha ikan (Andri, 2018;2).

Perikanan air tawar merupakan salah satu sektor penggerak perekonomian di Indonesia. Ada berbagai macam bentuk kegiatan perikanan di Indonesia salah satunya yaitu budidaya perikanan menggunakan Keramba Jaring Apung (KJA). KJA adalah budidaya yang menggunakan jaring sebagai sarana pembiakan. Pembiakan tersebut biasa dilakukan di laut maupun air tawar seperti danau atau waduk. Lokasi yang dipilih untuk melakukan kegiatan pembiakan menggunakan KJA biasanya relatif tenang, terhindar dari badai dan mudah dijangkau. Para petani ikan menebarkan benih ikan pada awal masa pembiakan dengan harapan pada saat masa panen mereka akan memanen hasilnya.

Karena itu, pengembangan Sektor perikanan budidaya (akuakultur) sangat berpotensi menjadi penyelamat sektor ekonomi kelautan dan perikanan karena akuakultur merupakan lumbung pangan protein. Indonesia, sebagai negara maritim dan kepulauan terbesar di dunia memiliki sekitar 24 juta hektar wilayah perairan laut dangkal yang sesuai untuk usaha budidaya laut, 3 juta hektar lahan pesisir untuk usaha budidaya tambak, dan masih ada ekosistem perairan tawar untuk budidaya di darat. Dalam rangka mewujudkan pembangunan akuakultur Indonesia yang terintegrasi, maju, efisien, berdaya saing tinggi dan berkelanjutan ada 3 cara yang

harus ditempuh yaitu melalui (1) Revitalisasi semua sumberdaya yang ada agar efisien lebih produktif; (2) Extensifikasi (perluasan dan pengembangan) wilayah baru sebagai sentra produksi usaha yang merata di seluruh wilayah; dan (3) Menciptakan dan mengembangkan usaha-usaha produksi komoditas baru dan diversifikasi produk.

Selain itu, potensi juga ada karena tingkat konsumsi ikan masyarakat Indonesia masih rendah yakni hanya 35 kilogram per kapita. Kondisi ini, menyebabkan rendahnya IQ masyarakat Indonesia dibanding negara Asia Tenggara lainnya. IQ rata-rata warga Indonesia masih di bawah rata-rata negara Asean. IQ rata-rata Indonesia, hanya sama dengan Laos dan Kamboja. Rendahnya konsumsi ikan akan berpengaruh ke IQ dan tinggi badan. Hal ini dilihat tinggi badan masyarakat Indonesia yang rendah.

Pemerintah Indonesia juga selalu terus berupaya meningkatkan konsumsi masyarakat terhadap ikan. Berbagai program digalakkan. Penyebabnya bukan karena faktor rendahnya konsumsi ikan. Mengingat produksi ikan nasional cukup bagus terlebih mengingat luasnya wilayah perairan. Hal ini memberikan gambaran bahwa persoalannya bukan karena ketersediaan ikan, tetapi lebih pada kesadaran masyarakat untuk untuk mengkonsumsi ikan. Terlebih pemerintah telah membuat peraturan terkait dengan penangkapan ikan. Hanya pengusaha Indonesia yang diperbolehkan menangkap ikan. Para pengusaha Warga Negara Asing (WNA), hanya boleh masuk di sektor perikanan dari sisi industri. Artinya, nanti ke depan jaminan ketersediaan ikan itu akan makin banyak dan terutama ditujukan untuk konsumsi masyarakat Indonesia.

Dengan demikian, adanya pengembangan bisnis perikanan merupakan hal yang baik bagi masyarakat. Dengan demikian, adanya berbagai usaha bisnis yang diarahkan untuk mendorong industri perikanan, dapat menjadi potensi bisnis yang menguntungkan. Hal ini menjadi alasan bagi peneliti untuk melakukan pembuatan rencana bisnis, yang dapat digunakan untuk dapat menjadi dasar bagi perencanaan bisnis yang dilakukan dalam usaha perikanan ini. Diharapkan, perencanaan bisnis ini dapat menjadi sarana untuk dapat membantu perusahaan untuk merencanakan aktivitas bisnis yang dilakukan.

1.2. Deskripsi Bisnis



Gambar 1.1. Logo dan Identitas Bisnis

Sumber: data pribadi penulis

Nama Usaha : CV. Anugerah Cipta Ekapratama
 Bentuk Usaha : CV (Commanditaire Vennootschap) atau Persekutuan
 Komanditer
 Pemilik : Calvin Hizkia

Produk yang dipasarkan: Ikan Mujair, Ikan Nila, dan Ikan Mas Gurame

Metode Produksi : Keramba Jaring Apung (KJA) untuk pembesaran ikan sampai siap panen

Nama Anugerah Cipta Ekapratama dipilih karena kesempatan usaha ini merupakan Anugerah dan kesempatan bagi penulis untuk dapat mengelola. Cipta berarti bahwa penulis dapat menerapkan daya cipta dan kreativitas dalam membuat usaha, sementara Ekapratama memiliki arti bahwa peneliti dapat menganggap perusahaan ini sebagai prioritas utama yang dapat memunculkan keuntungan usaha.

Logo diambil dari singkatan dari nama perusahaan, yaitu ACE, yang dapat berarti kartu As dalam permainan kartu. Peneliti mengambil model logo kartu as sebagai identitas, dan menggunakan gambar ikan untuk memberi tanda bahwa perusahaan ini bergerak di bidang perikanan.

Visi dari bisnis adalah:

Menjadi pemimpin pasar dalam sektor perikanan air tawar, yang memberi produk ikan air tawar yang berkualitas bagi konsumen, dan nilai tambah bagi masyarakat dan stakeholder.

Misi dari bisnis ini:

1. Memberikan produk perikanan yang berkualitas kepada konsumen
2. Tetap konsisten terhadap mutu dan kualitas dari produk yang ditawarkan.

3. Mengembangkan cara dan teknologi perawatan perikanan yang berkualitas
4. Meningkatkan nilai perusahaan untuk memberikan nilai tambah bagi masyarakat dan stakeholder.

Untuk tempat atau alamat dari bisnis ini berada di daerah waduk Cirata, Cianjur, Jawa Barat.

Bentuk Perusahaan:

Perusahaan ini didirikan dalam bentuk Usaha Keluarga yang didirikan di lokasi. Pada pengembangan lebih lanjut, pemilik usaha akan melakukan penetapan badan usaha dalam bentuk CV (*Commanditaire Vennootschap*), dimana perusahaan dimiliki dan dikelola oleh pihak-pihak terkait (Widjaja, 2012:21). Bentuk perusahaan CV dipilih karena perusahaan ini masih dikelola dalam bentuk keluarga, yang bertujuan untuk dapat memberikan perhatian yang besar terhadap keluarga. Dengan demikian, penulis dapat memberikan perhatian yang besar terhadap aktivitas bisnis yang dilakukan.