

BAB III

ANALISA INDUSTRI

Prospek budidaya melon kotak tersebut sangat menjanjikan. Bisnis Melon memang prospektif, asal bisa memilih pasar yang akan dibidik (Lampiran /Trubus 372-November 2000/XXXI). Masing-masing, konsumen dan produsen sama-sama akan mendapat keuntungan. Sebagai langkah awal bagi perusahaan baru seperti perusahaan Square Fruits ini maka Square Fruits akan menjalin kerjasama dengan PT Karya Milenia dimana perusahaan ini menerima produksi melon yang dihasilkan oleh perusahaan Square Fruits dengan harga jual sesuai dengan harga negosiasi. PT Karya Milenia dipercayai oleh perusahaan Square Fruits sebagai mitra kerjasama oleh karena PT Karya Milenia telah berpengalaman dalam hal ekspor Tropical Fruits dan Vegetables ke pasaran Luar Negeri. Karena pasar sasaran yang dituju adalah pasar internasional meliputi negara Jepang dan Thailand maka Perusahaan Square Fruits, sebagai usaha yang baru dirintis harus memperhatikan semua hal yang dapat mempengaruhi kelancaran usaha diantaranya dengan mengadakan kerjasama dengan perusahaan lain.

3.1. Harapan Dan Potensi Pertumbuhan Industri

Indonesia merupakan negara agraris yang kaya akan kekayaan alamnya dimana bergerak di sektor-sektor pertanian dan perkebunan yang dapat di konsumsi dalam negeri, maupun untuk ekspor. Sayangnya, saat ini peningkatan dalam sektor pertanian dirasakan masih kurang maksimal. Dalam rangka mendukung program pemerintah untuk meningkatkan ekonomi melalui perluasan sektor pertanian/ agraris, maka kami akan memperkenalkan budidaya buah-buahan dalam bentuk “kotak”.

Buah-buahan yang dimaksudkan adalah buah melon. Melon termasuk jenis tanaman buah-buahan yang mudah untuk dikembangkan dan juga melon memang telag menjadi buah pilihan masyarakat, dan keberadaannya dibutuhkan sepanjang tahun. Dilihat dari banyaknya Rumah Tangga Usaha Tanaman buah-buahan

menurut jumlah Propinsi maka dalam buah melon ini banyak dihasilkan oleh rumah tangga di daerah Jawa sebesar 851 Rumah Tangga dengan luas panen sebesar 2553 hektar (Lampiran). Untuk daerah Surabaya misalnya dalam sehari pemasok dari Ngawi, Lumajang dan Nganjuk membawa 35 ton – 45 ton melon. Sebagai contoh, pedagang melon di pasar Peneleh, Surabaya dapat menjual 2,5 ton – 3 ton melon perhari. Satu toko atau pasar swalayan dapat mengambil 0,5 kuintal – 2 kuintal sekali order (Lampiran /Trubus 372-November 2000/XXXI).

Pengembangan budidaya komoditas ini mempunyai prospek cerah karena dapat mendukung upaya peningkatan pendapatan petani, pengentasan kemiskinan, perbaikan gizi masyarakat, perluasan kesempatan kerja, pengurangan impor dan peningkatan ekspor nonmigas. Pada umumnya buah melon banyak terdapat di Indonesia, tetapi dalam bentuk bulat. Sedangkan yang akan dikembangkan saat ini adalah melon dalam bentuk ‘kotak’

Peluang pasar buah melon terbuka luas baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Berikut ini adalah jumlah ekspor melon Indonesia selama periode tahun 1999 (berdasarkan data dari Departemen Perindustrian dan Perdagangan/ Deperindag):

Table 3.1
Ekspor Melon Indonesia Periode 1999

| NO. | Negara Tujuan | Volume (kg) | Nilai (US \$) |
|-----|---------------|-------------|---------------|
| 1 | Jepang | 11,906.50 | 8,330.65 |
| 2 | Thailand | 280.50 | 864.71 |
| | | 12,187.00 | 9,195.36 |

Berdasarkan data di atas maka tujuan ekspor buah melon terbesar adalah negara Jepang dan Thailand. Sedangkan untuk tujuan ekspor melon lainnya di negara Hongkong, Singapura, Perancis, Jerman, Brunei Darussalam, Saudi Arabia, dan Belanda.

Jika dilihat dari rata-rata nilai produksi, pengeluaran dan nilai tambah bruto (Rp./hektar), maka buah melon mempunyai nilai yang lebih besar dibandingkan dengan buah sejenis yaitu semangka.

Hal tersebut dapat dilihat pada data Rata-rata nilai Produksi, Pengeluaran dan Nilai Tambah Bruto (Rp./hektar) antara Melon dan Semangka, sebagai berikut:

Tabel 3.2
Rata-rata nilai Produksi, Pengeluaran dan Nilai Tambah Bruto (Rp./hektar) antara Melon dan Semangka

| Uraian | Nilai Produksi | Nilai Pengeluaran *) | Nilai Tambah Bruto |
|----------|----------------|----------------------|--------------------|
| Melon | 1,798,138 | 606,580 | 1,191,558 |
| Semangka | 3,690,948 | 2,311,152 | 1,379,796 |

Sumber : Hasil ST. 1993 seri D3, Sensus Pertanian 1993 Lanjutan.

Biro Pusat Statistik, Jakarta – Inodonesia.

*) Bibit, pupuk, pestisida, pengairan, upah dan gaji, sewa lahan dan bagi hasil.

Melon termasuk jenis buah-buahan segar yang banyak di konsumsi di negara lainnya walaupun persentasenya kecil. Hal ini dapat di lihat dari data dibawah ini berdasarkan rangking negara tujuan tahun 1999, sebagai berikut:

Tabel 3.3
Realisasi Ekspor Buah-buahan Segar Jatim Periode 1999

| No | Negara tujuan | Volume | US \$ |
|----|---------------|-------------------|------------------|
| 1 | Jepang | 796,415,473.47 kg | 1,177,849,616.94 |
| 2 | AS | 515,193,579.49 kg | 922,777,727.41 |
| 3 | Singapura | 291,587,380.71 kg | 350,385,110.63 |
| 4 | Hongkong | 329,017,204.73 kg | 282,929,717.81 |
| 5 | Malaysia | 254,572,568.47 kg | 242,018,950.11 |
| 6 | Australia | 202,667,454.65 kg | 174,359,220.01 |

| | | | |
|----|--------------|-------------------|----------------|
| 6 | Australia | 202,667,454.65 kg | 174,359,220.01 |
| 7 | Taiwan | 233,357,901.96 kg | 172,046,069.29 |
| 8 | Banglades | 129,659,546.71 kg | 170,510,848.92 |
| 9 | RRC | 296,925,785.46 kg | 163,067,730.37 |
| 10 | Thailand | 116,236,239.79 kg | 158,058,197.89 |
| 11 | Inggris (UK) | 104,121,719.68 kg | 155,718,300.74 |

Sumber : Deperindag

Daerah Jatim ekspor buah-buahan segarnya mempunyai pangsa pasar yang cukup besar di negara lain. Termasuk diantara buah-buahan segar adalah mangga, apel, melon, semangka, jeruk, dan lain-lain.

Bentuk kotak sangat membantu dalam hal pengemasan karena praktis, mudah dan menghemat tempat sehingga sangat efisien dan efektif. Pada jaman sekarang ini masyarakat lebih menyukai hal-hal yang praktis, termasuk juga dalam hal makanan, ini dapat dilihat dengan banyaknya makanan instant yang dijual di supermarket. Untuk itu perusahaan *Square Fruits* mencoba untuk menawarkan sesuatu yang unik dan praktis, yaitu buah melon berbentuk kotak dengan rasa yang lebih manis, aroma harum, tekstur lembut atau renyah seperti buah pir daripada rasa melon biasa (Lampiran /Trubus 393 – Agustus 2002/XXXIII).

3.2. Pasar dan pelanggan

Target market perusahaan *Square Fruits* adalah kalangan menengah ke atas, tetapi bukan berarti konsumen perusahaan dibatasi hanya untuk kalangan menengah ke atas saja.

Penjualan buah melon ini dalam bentuk *order by order*, kerjasama atau perjanjian dengan kontrak. Dalam melakukan penjualan *Square Fruits* akan bekerjasama dengan PT Karya Milenia dimana perusahaan tersebut bertindak

sebagai penyalur Tropical Fruits bagi pasaran internasional, dengan harga jual berdasarkan kesepakatan negosiasi.

Pelanggan utama yang merupakan objek perusahaan adalah perusahaan pengeksport buah-buahan yaitu PT Karya Milenia yang berlokasi di jalan Rungkut Mapan Tengah IX/DI 17, Surabaya dengan tujuan ekspor negara Jepang dan Thailand. Sedangkan pangsa pasar domestik adalah agen-agen penyalur dan/atau toko-toko dan/atau supermarket yang menjual buah di pulau Jawa. Untuk buah yang tidak memenuhi kualitas ekspor akan dipasarkan di pulau Jawa, seperti Surabaya, misalnya Hokky, Bangkok Buah, dan Dunia Buah. Tetapi tidak menutup kemungkinan ada pelanggan yang lainnya yang berasal dari luar Jawa, seperti Kalimantan dan Jayapura.

3.3. Analisa SWOT

Perusahaan *Square Fruits* sebagai suatu perusahaan yang baru didirikan tentunya mempunyai kekuatan dan kelemahan yang dapat dianalisis, diantaranya:

Table 3.4
ANALISA SWOT

| Nama: | Kekuatan | Kelemahan |
|----------------------|--|--|
| <i>Square Fruits</i> | <p>a) Perusahaan <i>Square Fruits</i> menggunakan benih dan bibit tanaman yang berkualitas yang ditanam dan dirawat secara benar.</p> <p>b) Terjaminnya kualitas buah-buahan karena ditanam dengan menggunakan pengolahan tanah intensif dan penggunaan Mulsa Palstik Hitam Perak (MPHP) dan turus dengan para-para.</p> | <p>'Brand image' perusahaan <i>Square Fruits</i> yang masih lemah dalam pandangan masyarakat, karena masih baru.</p> |

| | | |
|---------------------|--|---|
| | <p>c) Terjaminnya rasa buah karena pemberlakuan tanaman yang lebih intensif.</p> <p>d) Sistem pendistribusian lebih hemat biaya karena praktisnya pengemasan buah-buahan dalam kontainer sehingga efisien dan efektif, menyebabkan dapat ditekannya harga buah.</p> <p>e) Harga yang relatif terjangkau untuk kualitas prima yang diperoleh pelanggan.</p> <p>f) Oleh karena pemilik perusahaan masih kurang berpengalaman dalam mengelola usaha agribisnis, maka pihak perusahaan akan bekerjasama dengan PT Karya Milenia yang berlokasi di jalan Rungkut Mapan Tengah IX/DI 17, Surabaya.</p> | |
| <p>Square Melon</p> | <p>Sudah memasuki pasar terlebih dahulu, sehingga <i>brand image</i> – nya lebih melekat dalam masyarakat.</p> | <p>Harga buah yang relatif lebih mahal.</p> |
| <p>Melon bulat</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang lebih murah. 2. Lebih dahulu dikenal oleh masyarakat. | <p>Kualitas buah masih relatif rendah, dimana pada umumnya rasa buahnya kurang manis.</p> |

Ancaman :

1. Adanya pesaing tidak langsung, yaitu melon berbentuk bulat.
2. Adanya pesaing langsung yang sama-sama memproduksi melon 'kotak' yaitu Square Melon didaerah Tangerang, Jakarta.
3. Perubahan peraturan dan kebijakan pemerintah.

Peluang :

1. Keunikan buah melon yang berbentuk kotak dapat menimbulkan suatu 'kebanggaan' bagi pelanggan yang mengkonsumsinya.
2. Minimnya pemain di pasar Melon Kotak.
3. Belum ada perusahaan yang mengeskpor buah melon kotak sehingga memungkinkan kerjasama dengan PT Karya Milenia bisa berjalan dengan lancar.

System MPHP ini mempunyai beberapa keuntungan, diantaranya adalah:

- 1) Pemberian pupuk dapat sekaligus total (sekali pupuk) sebelum tanam.
- 2) Warna hitam pada plastik dapat menimbulkan kesan gelap, sehingga dapat menekan pertumbuhan gulma (rumput-rumputan liar).
- 3) Warna perak dapat memantulkan sinar matahari, sehingga dapat menurangi hama Aphids, Trips, tungau dan kemungkinan serangan penyakit virus.
- 4) Dapat mencegah erosi atau tercucinya pupuk oleh hujan maupun penguapan pupuk oleh sinar matahari.
- 5) Menjaga tanah tetap gembur, sehingga dapat merangsang pertumbuhan akar dengan baik.
- 6) Menjaga kelembaban dan suhu tanah tetap stabil, sehingga dapat membantu pertumbuhan tanaman dan juga Manahan penguapan air; tidak perlu terlalu sering disiram.

- 7) Praktis untuk melakukan sterilisasi tanah bila menggunakan gas fumigan seperti Basamid-G, karena tanah sudah tertutup MPHP.
- 8) Kesuburan tanah akibat pemupukan dapat relatif merata, sehingga pertumbuhan tanaman dan produksi melon dapat seragam.
- 9) Secara ekonomis, tidak mutlak memerlukan penyiangan dan penggemburan tanah, dan MPHP tersebut dapat digunakan selama 2 musim tanam melon.

3.4. Trend Nasional Dan Ekonomi

Perekonomian Indonesia sejak tahun 1997 mengalami krisis yang mempengaruhi segala bidang kehidupan baik politik maupun sosial budaya. Krisis tersebut ditandai dengan melonjaknya harga-harga barang, dan menurunnya daya beli masyarakat.

Kecenderungan masyarakat untuk mencoba sesuatu yang baru juga menciptakan peluang bagi Perusahaan Square Fruits. Sehingga perusahaan Square Fruits juga perlu mempertimbangkan trend nasional yang mempengaruhi tingkat penjualan produk tersebut.

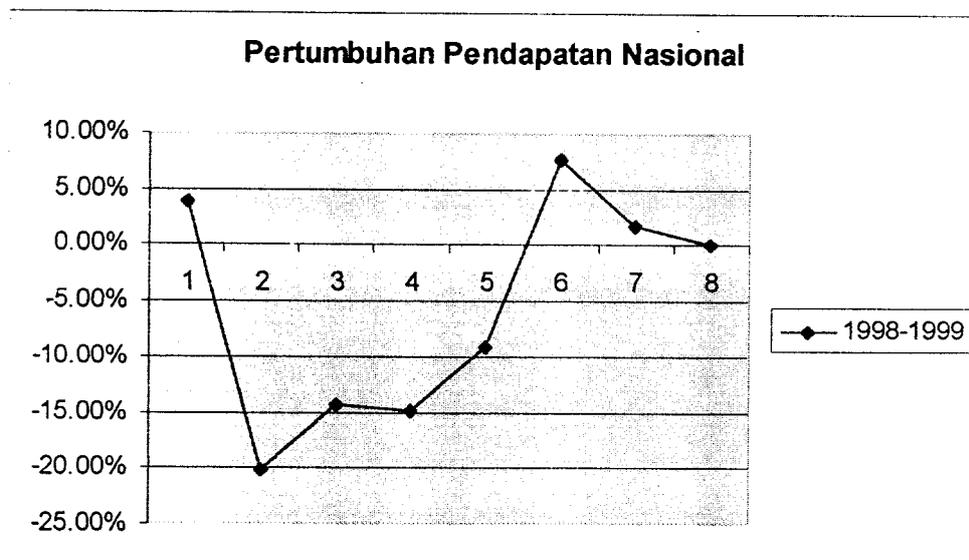
Indikator ekonomi yang relevan dengan trend nasional dan ekonomi yang terjadi saat ini dapat diukur dengan adanya perubahan yang terjadi di Indonesia, diantaranya:

- Pertumbuhan Pendapatan Nasional
- Pertumbuhan Ekonomi Indonesia
- Laju Inflasi Indonesia

Untuk lebih jelas dapat dilihat pada data dengan table dan grafik dibawah ini.

Tabel 4
Pertumbuhan Pendapatan Nasional Indonesia Periode 1998-1999

| | 1998 | 1999 |
|------------|---------|--------|
| Triwulan 1 | 3.90% | -9.10% |
| Triwulan 2 | -20.20% | 7.60% |
| Triwulan 3 | -14.30% | 1.70% |
| Triwulan 4 | -14.90% | - |

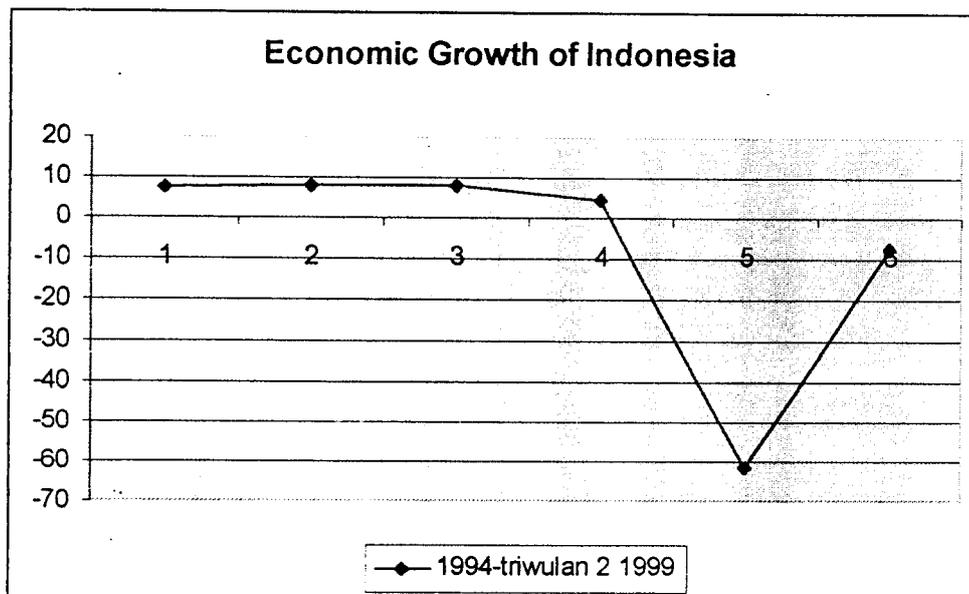


Berdasarkan data diatas maka dapat disimpulkan bahwa Pertumbuhan Pendapatan Nasional Indonesia mengalami peningkatan dari tahun 1998 sampai triwulan ke 2 tahun 1999 (7.6%). Tetapi mengalami penurunan pada triwulan ke 3 dan triwulan ke 4. Hal ini mungkin dikarenakan adanya krisis ekonomi yang berdampak pada pengurangan tenaga kerja.

Tabel 5

Economic Growth of Indonesia periode tahun 1994 sampai Triwulan ke 2 1999

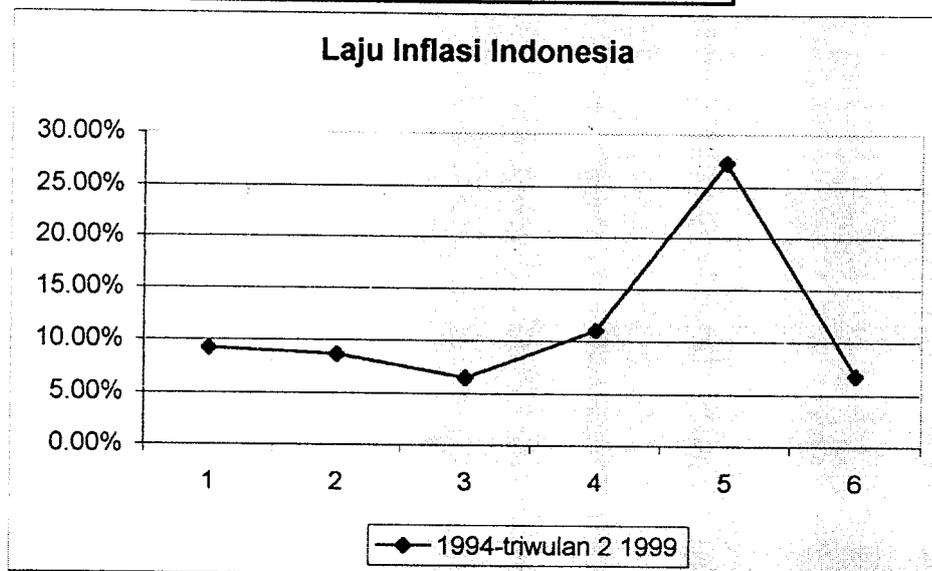
| | |
|------------------------|-------|
| 1994 | 7.5 |
| 1995 | 8.2 |
| 1996 | 7.8 |
| 1997 | 4.7 |
| 1998 | -61.6 |
| s/d triwulan 2 1999 | -7.6 |



Berdasarkan data diatas kondisi ekonomi Indonesia pada awal tahun 1994 sampai 1997 masih stabil. Kemudian pada tahun 1997 dimana terjadi krisis ekonomi maka pertumbuhan ekonomi mengalami penurunan (4.7) kemudian pada tahun 1998 ekonomi Indonesia terus-menerus menurun sampai pada level -61.6 . pada triwulan 2 tahun 1999 ekonomi Indonesia membaik dan mengalami peningkatan sampai level -7.6 . Perbaikan pertumbuhan ekonomi sangat diharapkan dari peranan semua sektor ekonomi diantaranya pemerintah dan swasta dalam mengendalikan stabilitas ekonomi dan politik serta kepercayaan dunia Internasional terhadap Indonesia.

Table 6
Laju Inflasi Indonesia

| | |
|---------------------|--------|
| 1994 | 9.24% |
| 1995 | 8.64% |
| 1996 | 6.47% |
| 1997 | 11.05% |
| 1998 | 27.28% |
| s/d triwulan 2 1999 | 6.81% |



Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa laju inflasi di Indonesia pada awal tahun dasar 1994 mengalami peningkatan sampai pada puncaknya tahun 1998. Hal ini dikarenakan krisis ekonomi yang dimulai pada tahun 1997 sehingga tingkat inflasi juga meningkat. Kemudian pada tahun 1999 laju inflasi mengalami penurunan sampai dengan 20.47%. Dengan adanya intervensi dari pemerintah diharapkan laju inflasi dapat terus menurun.

Dengan mempertimbangkan Trend Nasional dan Ekonomi diharapkan perusahaan Square Fruits bisa memperkirakan yang akan terjadi pada masyarakat sehingga dapat mengantisipasi produk melon kotak ini dapat tetap laku di pasaran baik pasar domestik maupun pasar internasional.