

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sejak Covid-19 pada awal maret 2020, nasib nelayan dan pelaku usaha perikanan, baik skala kecil maupun besar saat ini sangat berdampak dan mengalami penurunan pendapatan akibat harga ikan yang terus menurun[1]. Berdasarkan data bahwa rata-rata penurunan harga komoditas ikan di beberapa daerah menurun hingga 10%, hal ini diakibatkan oleh berbagai dampak seperti hambatan pengiriman komoditas, permintaan yang menurun akibat pembatasan sosial dan lain sebagainya. Kondisi itu mengancam kesejahteraan keluarga nelayan yang ada sekarang[2]. Distribusi merupakan salah satu persoalan utama dalam sektor perikanan. Produktivitas ikan yang besar seringkali menjadi sia-sia karena biaya operasional pengangkutan dan penyimpanan sangat tinggi yang berakibat pada harga ikan yang tidak stabil.

Disisi lain, perkembangan teknologi mengakselerasi pertumbuhan e-commerce di indonesia untuk berbelanja online. Menurut data dari Badan Pusat Statistik peningkatan belanja online untuk bahan-bahan pokok meningkat 51% selama pandemi[3]. Salah satu bahan yang dibeli secara online adalah ikan laut, cumi-cumi dan berbagai produk laut lainnya. E-Commerce yang menjual hasil laut secara online saat ini sudah banyak seperti Aruna, eFishery, dan lainnya, akan tetapi beberapa startup ini memiliki kelemahan seperti jaminan kualitas produk yang tidak terjamin, jangkauan pasar yang tidak luas dan target konsumen untuk pasar ekspor. Oleh karena itu, peluang usaha untuk target pasar untuk konsumen rumah tangga dan UMKM yang bergerak di bidang makanan masih berpeluang besar untuk menjadi peluang pasar baru.

Berdasarkan fakta tersebut, maka kami membuat ide bernama MAMARIKAN sebuah bisnis usaha yaitu membuat website penjualan ikan dan hasil laut untuk meningkatkan jumlah penjualan nelayan terkhusus di daerah sukabumi dan daerah bandung. Bisnis ini, memiliki potensi yang sangat besar dikarenakan dampak covid-19 mendukung perkembangan teknologi dengan cepat dan kita berada pada fase *recovery* setelah pandemi sehingga kebutuhan masyarakat akan kebutuhan hasil laut akan terus meningkat. Keunggulan produk ini dibanding kompetitor yang lain yaitu 1) Memanfaatkan website sebagai platform penjualan yang bisa diakses oleh berbagai device. 2) Terdapat jaminan

ikan atau hasil laut segar dikarenakan terdapat fitur waktu untuk setiap jenis ikan sehingga kualitas ikan terjamin untuk para konsumen. 3) Memiliki pengiriman yang *same-day* untuk beberapa daerah yang terdapat pada kota Bandung dan sekitarnya. 4) Membuka kesempatan kemitraan untuk masyarakat yang berminat usaha di daerah masing-masing.

Pemasaran produk hasil laut ini akan berfokus ke Jawa Barat dan sekitarnya yang dilakukan dengan dua cara yaitu secara daring dan luring. Pemasaran secara daring dilakukan melalui *social media* yaitu *Facebook* dan *Instagram* dengan *username* @mamarikanofficial serta menggunakan platform website belanja *online* dengan alamat website mamarikan.id untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan produk. Sedangkan pemasaran secara luring dilakukan dengan bekerja sama dengan berbagai mitra di kota-kota lain untuk menjadi *reseller* di daerah mereka dengan sistem belanja online yang sudah kita siapkan.

1.2. identifikasi Permasalahan

Dengan latar belakang sebagaimana diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yaitu:

1. Bagaimana cara meningkatkan pasar penjualan ikan kepada masyarakat yang lokasinya jauh dari pasar ikan/nelayan ?
2. Bagaimana menjamin ikan berkualitas dan fresh yang dikirim ke masyarakat lokasinya jauh ?

1.3. Solusi

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka kami membangun bisnis MAMARIKAN dengan solusi yang ditawarkan sebagai berikut :

1. Membuat Sistem Jual Beli ikan secara online berbasis website dan aplikasi sehingga dapat dijangkau oleh masyarakat luas.
2. Menggunakan sistem pengiriman same day dari hari pemesanan dan menggunakan kemasan terbaik agar kualitas ikan tidak menurun.

1.4. Target Pasar

OUR TARGET

MARKET SIZE

MARKET SIZE TOP DOWN



Gambar 1.4 Target Pasar Mamarikan

Berdasarkan gambar diatas, mamarikan berfokus pada masyarakat terutama ibu rumah tangga dan usaha mikro kecil & menengah khusus kuliner di sulawesi utara dengan jumlah target sekitar 600 ribu ibu rumah tangga dan 58 ribu untuk umkm. Dari *Service Available Market* (SAM) tersebut, mamarikan dapat menarik market share sejumlah 6% dari para kompetitor sehingga terdapat 40 ribu ibu rumah tangga yang bisa menjadi target pasar kami. Selanjutnya terdapat kurang lebih 2 ribu atau sekitar 5% dari *service available market* yang dapat menjadi *market share* dari mamarikan.

1.5. Model Bisnis

Bisnis model yang akan diterapkan oleh mamarikan adalah *marketplace*, yang berarti mamarikan membeli hasil laut yang ditangkap nelayan lebih mahal dari harga di pasar sekitar 5% - 10% sehingga nelayan mendapatkan keuntungan yang lebih besar dibanding sebelumnya. Selanjutnya, mamarikan juga melakukan diversifikasi yang berfokus terhadap 3 produk yaitu ikan segar, ikan kering dan olahan ikan yang dapat meningkatkan pendapatan para nelayan dengan tidak hanya menjual bahan jadi, tetapi bahan yang telah diolah sehingga meningkatkan harga produk dipasaran. Untuk lebih jelas, silahkan lihat gambar 2 berikut ini:



BISNIS MODEL MAMARIKAN

MAMARIKAN



Gambar 1.5. Bisnis Model Mamarikan

Pada gambar dijelaskan bisnis model mamarikan yang melakukan diversifikasi produk untuk meningkatkan harga jual dipasaran.

1.6. Peta Jalan Startup



Gambar 1.6. Peta Jalan Startup