

ANALISIS KEUNTUNGAN DAN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA LOBSTER (*Panulirus spp.*) PADA CV. SEA QUEEN KOTA KENDARI

*Analysis of Profit and Strategy of Business Development Lobster (*Panulirus spp.*)
CV. Sea Queen Kendari City*

¹⁾Soelaiman Hardi, ²⁾Budiyanto, dan ³⁾Roslindah Daeng Siang

Jurusan/Program Studi Agribisnis Perikanan Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan
Universitas Halu Oleo Kampus Hijau Tridarma Anduonohu Kendari 93232
E-mail: ¹⁾Sulaimanhardi32@yahoo.com, ²⁾gadhangku@gmail.com, ³⁾roslindasiang@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui struktur biaya, tingkat pendapatan dan strategi pengembangan pada usaha perdagangan lobster laut di CV. Sea Queen Kota Kendari. Lokasi penelitian ditentukan secara purposive. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi, yang bersumber dari pemilik usaha (1 orang) dan karyawan (6 orang). Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur biaya usaha terdiri dari, investasi usaha sebesar Rp1.357.721.000, biaya tetap sebesar Rp192.406.548/tahun dan biaya variabel sebesar Rp1.637.932.600/tahun, sehingga total biaya sebesar Rp1.830.339.148/tahun. Pendapatan kotor (penerimaan) sebesar Rp2.100.000.000/tahun dan pendapatan bersih (keuntungan) Rp269.660.852/tahun. Dalam pengembangan usaha perusahaan terdapat 8 strategi yaitu memanfaatkan teknologi yang semakin pesat, menambah modal usaha, meningkatkan kapasitas produk, meningkatkan promosi, perekrutan tenaga kerja, meningkatkan volume produksi lobster, melakukan strategi stok bahan baku, dan meningkatkan seluruh sumberdaya yang dimiliki usaha lobster.

Kata Kunci: Keuntungan, Lobster laut, Struktur biaya, Strategi

ABSTRACT

This study aims to determine the cost structure, income level and trade development strategy on marine lobster in CV.Sea Queen City of Kendari. The research location determined by purposive. Data were collected by interview, observation and documentation, which are sourced from business owners (1) and employees (6). The results showed that the cost structure of the business consists of investment operations of Rp1,357,721,000, a fixed fee of Rp192,406,548/year and variable costs of Rp1,637,932,600/year, bringing the total cost of Rp1,830,339,148/year, Gross revenue of Rp2,100,000,000/year and net income Rp269,660,852/year. In the company's business development strategy there are 8 of harnessing the rapid technological, increase business capital, increase product capacity, improve the promotion, recruitment, increase production volumes lobster, pursuing a strategy of stocks of raw materials, and improve the whole lobster resources owned businesses.

Keywords: Profit, Lobster sea, Cost of structure, Strategy

PENDAHULUAN

Letak geostrategis yang diapit oleh Samudera Hindia dan Samudera Pasifik menjadikan Indonesia sebagai negara yang strategis dengan potensi sumberdaya kelautan dan perikanan yang sangat prospektif dan keanekaragaman hayati laut tertinggi didunia. Indonesia menyandang status sebagai negara poros maritim. Indonesia memiliki 34 (tiga puluh empat) provinsi, salah satunya provinsi Sulawesi Tenggara.

Lobster laut (*Panulirus spp.*) merupakan salah satu komoditas perikanan yang mempunyai nilai ekonomis tinggi. Berdasarkan Data Kementerian Kelautan Perikanan, (2012) menunjukkan bahwa lobster menempati urutan ke empat komoditas ekspor tertinggi dari bangsa *crustasea*. Dengan melihat potensi usaha lobster laut diperkirakan masih memiliki prospek yang baik, sehingga kesempatan investasi bagi pengusaha di bidang ini juga terbuka lebar.

Melihat potensi usaha lobster laut diperkirakan masih memiliki prospek yang baik, sehingga kesempatan investasi bagi pengusaha dibidang ini juga terbuka lebar. Tentu saja peluang dan kesempatan tersebut diikuti munculnya tantangan bagi pelaku usaha lobster. Tantangan yang jelas adalah tingkat persaingan di antara perusahaan-perusahaan industri perikanan, baik untuk mendapatkan pasar terutama pasar ekspor maupun untuk memperoleh profit yang memadai.

Potensi pengembangan usaha lobster laut di Kota Kendari saat ini sudah

mengalami peningkatan dikarenakan sudah 6 usaha perdagangan lobster yang tersebar di Kota Kendari. Salah satu usaha perdagangan lobster laut yang terdapat di Kecamatan Kendari Kota Kendari yaitu CV. Sea Queen (CSQ) Kota Kendari. Merupakan salah satu usaha eksportir hasil perikanan, salah satu cabang usahanya yaitu perdagangan lobster laut yang berada di Kelurahan Kessilampe Kecamatan Kendari Kota Kendari. CV. Sea Queen yang memulai usahanya sejak tahun 2013 dan tetap bertahan sampai sekarang dikarenakan usaha tersebut memiliki pendapatan yang menggiurkan tetapi belum memiliki strategi yang tepat untuk mengembangkan usaha penjualan lobster laut tersebut.

Pendapatan yang optimal merupakan sasaran utama bagi semua kegiatan usaha termasuk didalamnya usaha lobster, yang pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan bagi pelaku usaha lobster tersebut dan apabila pendapatan yang maximum maka diperlukan banyak strategi pengembangan usaha tersebut. Untuk mencapai sasaran tersebut perlu adanya langkah upaya, salah satu diantaranya dengan mengetahui pendapatan dan strategi pengembangan suatu usaha lobster.

Tujuan dalam penelitian ini adalah menganalisis struktur biaya, menganalisis tingkat keuntungan, serta menganalisis strategi pengembangan pada usaha perdagangan lobster laut di CSQ Kota Kendari.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan pada Bulan Juni sampai dengan Bulan Juli 2016 di CSQ di Kelurahan Kessilampe Kecamatan Kendari Kota Kendari. Penentuan lokasi secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa perusahaan tersebut merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang usaha perdagangan lobster laut di Kota Kendari.

Penentuan sampel dilakukan dengan metode *Purposive Sampling*, Jumlah sampel sebanyak 6 orang yang bekerja di CSQ dan 1 orang pemilik usaha.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara langsung dengan responden dan pengambilan data dari sumber-sumber data yang ada. Data yang dikumpulkan yaitu :

1. Data Primer, data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Data primer diperoleh dengan cara :wawancara, observasi, dan dokumentasi
2. Data Sekunder, merupakan data yang diperoleh dari pustaka dan lembaga yang terkait dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini data sekunder yang dibutuhkan yaitu sejarah perusahaan, penjualan lobster, jumlah lobster diproduksi. Untuk mengetahui data sekunder seorang peneliti mendapatkannya pada lembaga-lembaga yang terkait pada penelitian yang dilakukan.

1. Struktur Biaya

a. Biaya Tetap

Biaya tetap yaitu biaya yang dijumlahnya tidak dipengaruhi oleh tingkat output yang dihasilkan, misalnya biaya penyusutan alat, pajak dan bunga pinjaman. Penyusutan barang modal dapat dianalisis dengan menggunakan metode *staight line*. Nilai penyusutan/*deperesiasi* ini merupakan salah satu unsur biaya tetap. Unsur biaya tetap yang lain seperti sewa, pajak atau retribusi, dan suku bunga pinjaman. Sedangkan yang termasuk biaya variabel yaitu biaya pembelian bahan baku, upah tenaga kerja, dan setiap pengeluaran pada saat kegiatan produksi (Siang dan Azis, 2015).

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{HargaPerolehan}}{\text{UmurEkonomis}}$$

b. Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang selalu berubah sesuai dengan perubahan output yang dihasilkan, misalnya pembelian bahan baku, bahan penolong, kemasan dan upah tenaga kerja.

Total biaya merupakan penjumlahan dari biaya tetap dan biaya variabel yang harus dikeluarkan pada usaha lobster. Total biaya menurut La Ola (2014) dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan :

TC = Total biaya (Rp).

TFC = Total biaya tetap (Rp).

TVC=Total biaya variabel (Rp).

2. Keuntungan

Menurut Soeharno (2006) penerimaan total (TR) dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$TR = P \cdot Q$$

Keterangan :

TR = Penerimaan total (Rp).

P = Harga produk (Rp/ Kg).

Q = Jumlah produk(Kg).

Pendapatanbersih dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut: (Soekartawi, 1995)

$$\pi = TR - TC$$

Dimana:

π = Keuntungan (Rp).

TR = Penerimaan Total (Rp).

TC = Total Biaya (Rp).

3. Analisis SWOT

Analisis matriks SWOT menurut Rangkuti (2001) untuk menyusun faktor-faktor strategi perusahaan. Matriks ini menggambarkan dengan jelas bagaimana peluang dan ancaman (*eksternal*) yang dihadapi diselesaikan dengan kekuatan dan kelemahan (*internal*). Analisis ini sangat berguna bagi peneliti untuk mengetahui kondisi dari usaha lobster pada CSQ Kelurahan Kessi Lampe Kecamatan Kendari Kota Kendari sekaligus menemukan alternatif pemecahan atas apa yang terjadi dalam pengembangan usaha tersebut. Dengan menyusun alternatif strategi kedalam Tabel 1.

Tabel 1. Diagram Matriks SWOT

<i>Internal</i> <i>Eksternal</i>	<i>Strength (S)</i> Kekuatan	<i>Weakness (W)</i> Kelemahan
<i>Opportunity (O)</i> Peluang	Strategi (SO) Ciptakan Strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi (WO) Ciptakan Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<i>Treaths (T)</i> Ancaman	Strategi (ST) Ciptakan Strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi Ancaman	Strategi (WT) Ciptakan Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari peluang

Sumber: Rangkuti, 2011

HASIL DAN PEMBAHASAN

CSQ terletak di Jalan RA. Kartini, Kelurahan Kessilampe, Kecamatan Kendari, Kota Kendari, Provinsi Sulawesi Tenggara. CSQ terletak diatas lahan milik keluarga seluas 332m² dimana lahan memiliki bangunan yang terdiri dari kantor, bak penampungan, gudang penyimpanan, dapur, kamar mandi serta ruang peristirahatan karyawan gudang.

CSQ merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang pengumpul penjualan lobster laut dengan jenis utamanya yaitu Lobster Bambu (*P. versicolor*), Lobster Mutiara (*P. ornatus*), Lobster Pasir (*P. homarus*) serta Lobster Batu (*P. penicilatus*). CSQ telah berdiri sejak tahun 2013 dengan menggunakan modal pribadi, pada mulanya CSQ bernama UD. Mitra Nelayan yang bergerak dibidang yang sama pada tahun 2004 berganti nama menjadi CSQ dikarenakan pada tahun 2013 sudah melakukan ekspor dan pada tahun yang sama CSQ ditetapkan namanya.

Tabel 2. Biaya Tetap pada Usaha Perdagangan Lobster Laut di CSQ Kota Kendari

No	Uraian	Total
1	Penyusutan	94.606.548
2	Pajak PBB	600.000
3	Pajak PPh	10.800.000
4	Karyawan kapten kapal	18.000.000
5	Karyawan mesin	18.000.000
6	Karyawan ABK	12.000.000
7	Karyawan Gudang	12.000.000
8	Penjaga karamba	12.000.000
9	Listrik	14.400.000
Total Biaya Tetap		192.406.548

Sumber : Data Primer setelah diolah, 2016

Saat ini CV. Sea Queen Kota Kendari telah memiliki pasar yang cukup prospek dan telah bekerja sama dengan beberapa pelanggan diantaranya berada dipasar regional yaitu Jakarta, Denpasar, serta Surabaya. Sedangkan untuk pasar ekspor yaitu China, Taiwan, Jepang. CSQ menargetkan pasar utama yaitu China dikarenakan permintaan akan *sea food* terutama lobster laut sangat tinggi.

CSQ merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang pengumpul penjualan lobster laut. Jenis lobster laut yang dipasarkan oleh CSQ Kota Kendari yaitu Lobster Bambu, Lobster Mutiara, Lobster Pasir, dan Lobster Batu.

1. Struktur Biaya

Analisis struktur biaya dilakukan untuk mengetahui seluruh biaya yang dikeluarkan oleh CSQ meliputi, biaya tetap dan biaya variabel. Adapun Biaya tersebut meliputi biaya tetap dan biaya variabel yang dapat dilihat pada Tabel 2 dan Tabel 3. Sedangkan total biaya produksi dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 3. Biaya Variabel pada Usaha Perdagangan Lobster Laut di CSQ Kota Kendari

No.	Uraian	Jumlah	Satuan	Harga (Rp/Kg)	Total (Rp/tahun)
1	Lobster bamboo	100	Kg	186. 667	224. 000. 000
2	Lobster mutiara	100	Kg	491. 667	590. 000. 000
3	Lobster pasir	100	Kg	145. 000	174. 000. 000
4	Lobster batu	100	Kg	210. 000	252. 000. 000
5	<i>Packeging</i>	19	Unit	95. 000	21. 660. 000
6	Biaya kirim	19	Unit	65. 000	14. 820. 000
7	Konsumsi	30	Hari	50. 000	18. 000. 000
8	Solar	5. 436	Liter	5. 150	335. 944. 800
9	Bensin kendaraan	47	Liter	6. 450	3. 637. 800
10	Bensin genset	50	Liter	6. 450	3. 870. 000
Total Biaya variabel					1. 637. 932. 600

Sumber : Data Primer setelah diolah, 2016

Tabel 4. Total Biaya pada Usaha Perdagangan Lobster Laut di CSQ Kota Kendari

No	Jenis biaya	Jumlah biaya
1	Biaya tetap	192. 406. 548
2	Biaya variabel	1. 637. 932. 600
Total biaya		1. 830. 339. 148

Sumber : Data Primer setelah diolah, 2016

2. Keuntungan

Pendapatan kotor (Rp) pada usaha perdagangan lobster laut di CSQ Kota Kendari yang diperoleh dari jumlah produksi dikali harga dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Pendapatan Kotor pada Usaha Perdagangan Lobster Laut di CSQ Kota Kendari

No	Jenis	Jumlah Produksi (Kg/tahun)	Harga (Harga/Kg)	Total Penerimaan (Rp/tahun)
1.	Lobster Bambu	1. 200	350. 000	420. 000. 000
2.	Lobster Mutiara	1. 200	800. 000	960. 000. 000
3.	Lobster Pasir	1. 200	300. 000	360. 000. 000
4.	Lobster Batu	1. 200	300. 000	360. 000. 000
Jumlah		4. 800	1. 750. 000	2. 100. 000. 000

Sumber : Data Primer setelah diolah, 2016

Pendapatan bersih yang diperoleh merupakan selisih antara penerimaan dengan total biaya. Untuk mengetahui

besarnya pendapatan usaha penjualan lobster laut di CSQ dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Pendapatan Bersih pada Usaha Perdagangan Lobster Laut di CSQ Kota Kendari

No.	Uraian	Total (Rp/Tahun)
1	Pendapatan Kotor	2.100.000.000
2	Total Biaya	1.830.339.148
Total Pendapatan Bersih		269.660.852

Sumber : Data Primer setelah diolah, 2016

3. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan identifikasi yang bersifat sistematis dari faktor-faktor kekuatan dan kelemahan perusahaan serta peluang dan ancaman lingkungan luar dan strategi yang menyajikan kombinasi terbaik di antara keempatnya. Setelah diketahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, barulah dapat ditentukan strategi dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk mengambil keuntungan-keuntungan dari peluang yang ada, sekaligus untuk memperkecil atau bahkan mengatasi kelemahan yang dimilikinya untuk menghindari ancaman yang ada. Hasil pada analisis SWOT CSQ disajikan pada Tabel 7.

1. Struktur Biaya

Analisis struktur biaya berkaitan dengan biaya-biaya yang digunakan dalam usaha perdagangan lobster laut pada CSQ yaitu biaya kebutuhan investasi, biaya penyusutan, biaya tetap dan biaya variabel.

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa biaya tetap pada usaha perdagangan lobster pada CSQ sebesar Rp192.406.548/tahun. Biaya tetap diperoleh dari penjumlahan biaya penyusutan dengan PBB, PPh, gaji karyawan dan listrik dari

perusahaan. Adapun pajak yang dimaksud adalah pajak bangunan yang harus dikeluarkan oleh CSQ sebesar Rp600.000 per tahun. Selain itu, pada Tabel 3 terdapat biaya variabel yang merupakan pengeluaran biaya untuk pembelian lobster bambu, lobster mutiara, lobster pasir, lobster batu, *packaging*, biaya kirim konsumsi, solar, bensin kendaraan dan bensin genset. Biaya variabel pada usaha perdagangan lobster laut pada CSQ ini yaitu Rp1.637.932.600/tahun.

Berdasarkan Tabel 4 yang menunjukkan bahwa total biaya tetap yaitu sebesar Rp192.406.548/tahun dan total biaya variabel sebesar Rp1.637.932.600/tahun sehingga diperoleh total biaya sebesar Rp1.830.339.148/tahun. Total biaya ini didapat dengan menjumlahkan biaya tetap dan biaya variabel. Hal ini sesuai dengan pernyataan La Ola (2014), yang menyatakan bahwa perhitungan total biaya adalah total biaya tetap dijumlahkan dengan total biaya variabel (biaya tidak tetap).

2. Keuntungan

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan bahwa pendapatan kotor penjualan lobster pada CSQ per kilogram hasil produksi sebesar Rp2.100.000.000/tahun penerimaan tersebut

dihasilkan dari perkalian antara jumlah produksi (kg/tahun) dengan harga produk (Rp/kg). Hal ini sesuai dengan pernyataan Rahardja (2008), bahwa rumus penentuan penerimaan adalah jumlah produksi dikali dengan harga satuan produk. Adapun penerimaan yang terendah adalah jenis lobster pasir dan batu dengan jumlah produk 1.200Kg/tahun bernilai Rp360.000.000. Sedangkan, penerimaan tertinggi adalah jenis lobster mutiara dengan jumlah produk 1.200Kg/tahun yang bernilai Rp960.000.000/ tahun. Penerimaan usaha penjualan lobster CSQ diperoleh dari hasil penjualan hasil produk yang dijual kepada konsumen secara ekspor maupun antar pulau. Hal ini dikarenakan jenis lobster mutiara merupakan bahan baku dari jenis yang memiliki harga yang tinggi apabila dipasarkan dan lebih banyak peminatnya serta cenderung susah didapatkan oleh nelayan lobster. Sedangkan rendahnya penerimaan pada jenis pasir dan batu disebabkan karena jenis ini memiliki harga jual yang rendah dipasaran dan memiliki ukuran yang lebih kecil dari lobster jenis mutiara dan lobster bambu.

Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan bahwa pendapatan bersih yang diperoleh usaha penjualan lobster laut pada CSQ yaitu Rp269.660.852/tahun. Data tersebut menunjukkan bahwa pendapatan yang diperoleh dari usaha penjualan lobster pada CSQ memiliki nilai positif yang berarti usaha penjualan lobster pada CSQ menguntungkan. Hal ini dikarenakan total biaya yang dikeluarkan pada CSQ tinggi sehingga menghasilkan keuntungan yang tinggi karena dalam

menghitung pendapatan usaha digunakan rumus pengurangan antara penerimaan dengan total biaya pertahun. Sesuai dengan pernyataan Siang dan Azis (2010), yang menyatakan bahwa rumus untuk mencari nilai keuntungan adalah *total revenue* atau total penerimaan dikurangi dengan *total cost* atau total biaya.

3. Strategi Pengembangan

Berdasarkan Tabel 7 maka diperoleh sebanyak 8 strategi yang dapat dilakukan untuk pengembangan usaha penjualan lobster laut pada CSQ Kota Kendari dimasa yang akan datang. Strategi-strategi tersebut dikelompokkan berdasarkan Strategi SO, WO, ST dan WT.

a. Strategi SO

SO-1. Memanfaatkan teknologi yang semakin maju dapat dijadikan sebagai media dalam memasarkan produk (S2, S4, O1, O2)

Usaha penjualan lobster pada CSQ mempromosikan usahanya hanya dengan cara promosi dari mulut ke mulut saja. Dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, CSQ bisa memanfaatkan teknologi yang saat ini sedang berkembang dengan pesat. Melalui internet atau membuat brosur. Upaya peningkatan promosi yang dapat diaplikasikan oleh CSQ yaitu dengan membuat brosur, poster, serta memasukkan kedalam internet seperti membuat situs tersendiri agar eksportir dan lebih mengenal usaha ini. Kegiatan promosi merupakan salah satu cara agar

produk dapat dikenal oleh eksportir atau konsumen pecinta akan lobster laut. Peningkatan upaya promosi ini senantiasa dilakukan untuk dapat meningkatkan permintaan akan produk lobster. Selain itu upaya promosi ini setidaknya dapat membuat CSQ bisa menjangkau pasar lebih luas. Kurangnya promosi yang dilakukan, tentunya akan berimbas pada minimnya keuntungan yang diperoleh. Selain itu, dengan meluasnya pengetahuan konsumen akan adanya CSQ dapat meraup keuntungan yang sangat besar dan setidaknya akan membuat konsumen lebih terbiasa dengan produk CSQ .

SO-2. Menambah modal usaha untuk meraih permintaan pasar yang tinggi (S2,S3,O2,O3)

Strategi ini diambil dengan pertimbangan bahwa menambah modal usaha untuk meraih permintaan pasar yang tinggi, maka dari itu perusahaan perlu menambah modal usaha dikarenakan perusahaan tersebut sudah banyak memiliki jaringan pasar yang sangat luas, dengan menambahnya modal usaha maka perusahaan akan meningkat dengan banyaknya permintaan pasar akan lobster laut dengan harga jual lobster yang sangat tinggi maka perusahaan akan mendapatkan pendapatan yang diharapkan. Apalagi pesaing yang mengusahakan usaha sejenis masih tergolong sedikit, pengembangan usaha atau menambah lobster yang diproduksi, membuka peluang yang sangat besar untuk dapat menguasai daerah pemasaran, tentunya dengan begini,

usaha tersebut dapat mencapai keuntungan yang telah diharapkan.

SO-3. Meningkatkan kapasitas produk dengan Memanfaatkan harga jual produk yang tinggi sehingga bisa mendapatkan laba yang optimal (S1,S2,S5,O2,O3)

Strategi ini diambil dengan pertimbangan bahwa perusahaan menjual produk yaitu lobster laut yang dimana lobster laut merupakan produk unggulan untuk diekspor dengan banyaknya jaringan pasar menjadikan perusahaan harus menambah volume bahan baku (lobster laut) agar memenuhi permintaan pasar. CSQ mempunyai sembilan kolam penampungan yang cukup luas yaitu 6m² tiap kolamnya dengan luas seperti itu maka CSQ dapat menampung ± 1 ton lobster untuk semua kolam, maka dari itu dengan meningkatkan volume bahan baku maka akan mendapatkan pula pendapatan yang tinggi.

b. Strategi WO

WO-1 Meningkatkan promosi agar mampu menjangkau pasar lebih luas (W2,O2)

Kurangnya promosi yang dilakukan, tentunya akan berimbas pada minimnya keuntungan yang diperoleh. Oleh sebab itu, masih kurangnya promosi yang dilakukan oleh perusahaan, seharusnya ditingkatkan dengan berbagai cara mulai dengan pembuatan brosur, poster, serta membuat situs internet merupakan sebuah penyelesaian. Selain itu, dengan meluasnya pengetahuan akan adanya

perdagangan lobster maka perusahaan dapat meraup keuntungan yang sangat besar dan setidaknya akan membuat eksportir lebih terbiasa dengan produk yang dijual oleh perusahaan dengan melihat potensi pasar penjualan lobster laut yang sangat tinggi maka perusahaan memiliki peluang untuk bersaing dengan perusahaan yang sejenis dengan meningkatkan promosi.

WO-2. Perekrutan tenaga kerja yang memenuhi persyaratan memungkinkan usaha penjualan lobster dapat berkembang sehingga memenuhi permintaan pasar (W4,O2)

Strategi ini diambil dengan pertimbangan bahwa pesaing yang mengusahakan usaha yang sejenis masih kurang, masih kurangnya pesaing yang mengusahakan usaha tersebut menjadikan peluang pada perusahaan ini mengembangkan usahanya. Kepercayaan terhadap tenaga kerja adalah salah satu faktor pendukung berkembangnya suatu usaha, tenaga kerja yang mempunyai kapasitas dapat menjadikan usaha perdagangan lobster pada CSQ dapat berkembang.

c. Strategi ST

ST1. Meningkatkan volume produksi lobster dengan memiliki pasar yang luas agar mampu bersaing dengan usaha yang sejenis (S1,S2,S3,T1,T2)

Strategi ini diambil dengan pertimbangan bahwa dengan menambah jumlah produksi lobster pada CSQ dikarenakan produk lobster laut merupakan produk unggulan ekspor. CSQ sendiri memiliki jaringan pasar yang cukup luas diantaranya pasar regional seperti di Jakarta, Denpasar, dan Surabaya serta pasar ekspor diantaranya Jepang, China, dan Taiwan. Dengan memiliki jaringan pasar yang cukup luas maka CSQ mampu bersaing dengan usaha yang sejenis.

ST-2. Melakukan strategi stok bahan baku untuk mengantisipasi kebijakan pemerintah (S1,T2,T3)

Strategi ini diambil dengan pertimbangan bahwa CSQ harus memperhatikan stok yang disesuaikan dengan ketersediaan lobster dari nelayan yang selalu tidak tersedia agar CSQ tidak mengalami kegagalan saat melakukan pemasaran dikarenakan produk lobster yang memiliki harga yang selalu berubah berfluktuasi.

d. Strategi WT

WT-1. Meningkatkan seluruh sumberdaya yang dimiliki usaha penjualan lobster demi memperkuat persaingan dengan pesaing yang mengusahakan produk yang sejenis (W1,W2,W3,W4,T1,T2,T3)

Munculnya pesaing yang mengusahakan produk yang sejenis, membuat usaha penjualan lobster pada CSQ senantiasa harus meningkatkan seluruh kinerja

sumber daya yang dimiliki, agar dapat menghasilkan produk yang lebih berkualitas dapat menambah pelanggan dan mampu bertahan dan bersaing dengan pengusaha-pengusaha penjualan lobster laut yang sejenis.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Struktur biaya usaha perdagangan lobster pada CSQ antara lain biaya awal investasi sebesar Rp1.357.721.000, biaya tetap yang dikeluarkan satu tahun sebesar Rp192.406.548, dan biaya variabel setiap tahunnya sebesar Rp1.637.932.600, sehingga total biaya pertahun yang dikeluarkan usaha penjualan lobster pada CSQ sebesar Rp1.830.339.148.
2. Pendapatan dari usaha perdagangan lobster pada CSQ diperoleh pendapatan kotor dalam satu tahun sebesar Rp2.100.000.000 dengan pendapatan bersih dalam satu tahun Rp269.660.852 yang berasal dari penjualan lobster laut yaitu lobster bambu, lobster mutiara, lobster pasir dan lobster batu.
3. Strategi pengembangan untuk usaha perdagangan lobster pada CSQ terdiri dari delapan strategi yaitu memanfaatkan teknologi yang semakin pesat, menambah modal usaha, meningkatkan kapasitas produk, meningkatkan promosi, perekrutan tenaga kerja, meningkatkan volume produksi lobster, melakukan strategi stok bahan baku, dan meningkatkan

seluruh sumberdaya yang dimiliki usaha lobster.

PUSTAKA

- Kementerian Kelautan dan Perikanan [KKP]. 2012. Statistik Perikanan Tangkap Tahun 2011-2012. Jakarta.
- La Ola, L. O. 2014. Efisiensi Biaya Produksi dan Daya Saing Komoditi Perikanan Laut di Pasar Lokal dan Pasar Ekspor. *Jurnal Bisnis Perikanan*, 1(1): 39-50. FPIK UHO. Kendari.
- Rahardja, P. 2008. Pengantar Ilmu Ekonomi. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Rangkuti, F. 2001. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Siang, R. D dan Azis, N. 2010. Pengantar Ekonomi perikanan. Unhalu Press. Kendari.
- Siang, R. D dan Azis, N. 2015. Struktur Biaya Dan Profitabilitas Usaha Miniplant Rajungan (*Portunus pelagicus*). *Jurnal Bisnis Perikanan FPIK UHO*, 2 (1): 91-100. FPIK UHO. Kendari.
- Soeharno. 2006. Teori Mikro Ekonomi. Andi Offset. Yogyakarta.
- Soekartawi. 1995. Analisis Usaha Tani. Penerbit Universitas Indonesia Press (UI Press). Jakarta.

Matriks SWOT Usaha Perdagangan Lobster Laut pada CSQ Kota Kendari

Faktor Internal		Kekuatan (<i>Strenght</i>)				Kelemahan (<i>Weakness</i>)		
		Lobster merupakan komoditi unggulan untuk diekspor	Modal perusahaan milik sendiri	Mempunyai pelanggan tetap	Kolam penampungan yang banyak	Penjualan sistem kontrak	Komoditi lobster harus memiliki oksigen yang cukup	Ku ten berp
		S1	S2	S3	S4	W1	W2	
Faktor Eksternal		Strategi SO				Strategi WO		
Peluang (<i>Opportunity</i>)		SO-1 Memanfaatkan teknologi dapat dijadikan sebagai media dalam memasarkan produk (S2, S4,O1,O2) SO-2 Menambah modal usaha untuk meraih permintaan pasar yang tinggi (S2,S3,O2,O3) SO-3 Meningkatkan kapasitas produk dengan memanfaatkan harga jual produk yang tinggi sehingga bisa mendapatkan laba yang optimal (S1,S2,S5,O2,O3)				WO-1 Meningkatkan promosi agar ma menjangkau pasar lebih luas (W1,W2,W3,W4) WO-2 Perekrutan tenaga kerja yang m persyaratan memungkinkan usa penjualan lobster dapat berkem sehingga memenuhi permintaan (W4,O2)		
Ancaman (<i>Treath</i>)		Strategi ST				Strategi WT		
Rendahnya permintaan pasar		ST-1 Meningkatkan volume penjualan lobster dengan memiliki pasar yang luas agar mampu bersaing dengan usaha yang sejenis (S1,S2,S3,T1,T2) ST-2 Melakukan strategi stok bahan baku untuk mengantisipasi ketersediaan lobster yang tidak tersedia setiap saat (S1,T2,T3)				WT-1 Meningkatkan seluruh sumberd dimiliki usaha penjualan lobster memperkuat persaingan dengan yang mengusahakan produk ya (W1,W2,W3,W4,T1,T2,T3)		