

**PENERAPAN MODEL BISNIS KANVAS DAN SWOT PADA
KELOMPOK PEMBUDIDAYA IKAN (PONDAKAN) PINTU AIR DI
DESA JAMPANG**

Benarda¹, Anis Syamsu Rizal²,

1Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia

2 Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia

Email korespondensi : dosen01622@unpam.ac.id; anissyamsurizal@gmail.com

ABSTRAK

Industri perikanan di Indonesia menghadapi berbagai masalah, sehingga dalam memastikan usahanya untuk terus berlangsung, Membuat Kelompok Pembudidaya Ikan wilayah Jampang harus mampu melakukan berbagai pembenahan dan inovasi dalam meningkatkan kinerjanya. Tujuan dari penelitian selain sebagai wujud dari pengabdian kepada masyarakat juga untuk membantu kelompok pembudidaya ikan merumuskan Bisnis Model Baru. Data penelitian merupakan data primer yang didapatkan langsung dari hasil interview dan Focus Group Discussion dengan para anggota kelompok budidaya ikan. Alat analisis yang digunakan adalah Analisis SWOT dan Model Bisnis Kanvas dengan 9 elemen. Penelitian ini difokuskan untuk membuat model bisnis baru dengan pendekatan Business Model Canvas (BMC) yang melihat perusahaan melalui sembilan elemen, yaitu: (1) Customer segmentations, (2) Value Propositions, (3) Channels, (4) Customer relationship, (5) Revenue streams, (6) Key Resources, (7) Key Activities, (8) Key Partnerships, dan (9) Cost Structure. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model bisnis yang selama ini dilakukan oleh Kelompok Budiya Ikan (POKDAKAN) ditemukan kelemahan pada ke-9 elemen BMC, oleh karena itu perlu dilakukan perbaikan pada semua elemen..

Kata kunci : Business Model Canvas (BMC), SWOT, kelompok budidaya ikan air tawar

ABSTRACT

The fishing industry in Indonesia faces various problems, so that in ensuring its efforts to continue, Creating a Fish Cultivation Group in the Jampang region must be able to make various improvements and innovations in improving its performance. fish formulate a New Business Model. The research data are primary data obtained directly from interviews and Focus Group Discussions with members of the fish culture group. The analytical tool used is SWOT Analysis and Business Model Canvas with 9 elements. This research is focused on creating a new business model with the Business Model Canvas (BMC) approach that looks at the company through nine elements, namely: (1) Customer segmentations, (2) Value Propositions, (3) Channels, (4) Customer relationships, (5)) Revenue streams, (6) Key Resources, (7) Key Activities, (8) Key Partnerships, and (9) Cost Structure. The results of this study indicate that the business model that has been carried out by the Budiya Fish Group (POKDAKAN) found weaknesses in the 9 elements of BMC, therefore it is necessary to improve all elements.

Keyword: Business Model Canvas (BMC), SWOT, Business Model, Fish Cultivartor

PENDAHULUAN

Membaiknya pertumbuhan Ekonomi Makro membuat kinerja ekspor subsektor budidaya perikanan pun semakin meningkat, tercatat sebesar USD. 207,8 Juta atau naik sebesar 20,37% dibandingkan tahun sebelumnya. Badan Pusat Statistik mencatat kontribusi subsektor budidaya perikanan terhadap Produk Domestik Bruto Indonesia tahun 2017 mencapai Rp. 227,3 triliun dengan pertumbuhan sebesar 5,95 % dari tahun sebelumnya (Widiyantoro, 2018)

Salah satu daerah di Propinsi Jawa Barat yang menghasilkan komoditi ikan hias air tawar adalah Kotamadya Bogor tepatnya di Desa Jampang. Para Peternak ikan di Desa yang memiliki setu seluas 21 hektar itu memulai usaha budidaya ikan dengan 23 anggota pada tahun 2012. Kemudian pada tahun 2016 resmi tercatat di Kementerian Hukum dan HAM dengan nomor pendaftaran 6016050932101671 yang melalui akta Notaris Shelvy Handayani, SH., M.Kn disahkan menjadi Kelompok Budidaya Ikan (POKDAKAN). Saat ini, anggota POKDAKAN hanya tersisa 11 orang, karena peserta lain telah membuka Kelompok tani sendiri dan tetap dibawah naungan kelurahan Jampang.

Peternakan ikan ini beroperasi diatas lahan irigasi +/- 4 Hektar. Selain mengelola dan menjual ikan baik secara langsung maupun Internet, kelompok tani Pintu Air ini membuat program wisata edukasi yang disebut dengan Wisata Mina Edukasi. Inovasi lain dari kelompok tani tersebut adalah memproduksi lele asap sejak Juli 2018. Lele Asap diproduksi dengan alat yang konvensional dan pemasaran produknya baru sebatas ke individual saja, hal ini karena modal yang terbatas. Hampir sebagian besar warga desa Jampang menjadikan budidaya ikan sebagai sumber penghasilan dengan memanfaatkan sekitar 25% dari luas setu tersebut. Budidaya lele berkembang pesat dikarenakan dapat dilakukan dilahan dan sumber air terbatas, teknologi relative mudah, pemasaran yang cukup mudah dan modal yang relatif rendah (Dwiyanto & Jemadi, 2014), sedangkan usaha budidaya ikan hias mampu memberikan keuntungan yang lebih bagi pembudidayanya dibandingkan dengan ikan konsumsi karena salah satu keuntungan dari usaha ini adalah tidak membutuhkan lahan yang besar. Keberadaan ikan hias yang

berlimpah dan beraneka ragam di Indonesia saat ini tidak lagi sebagai hobi semata tetapi telah berkembang menjadi komoditi ekspor non migas yang cukup besar (Anggina, Hamid, & Hendrik, 2014)

Kelompok pembudidaya ikan memiliki potensi yang sangat bagus yang harus dikembangkan, namun karena keterbatasan pengetahuan, permodalan, administrasi pembukuan, sistem informasi yang belum maksimal, pemasaran, serta belum ada nya jalur distribusi yang efektif dan efisien, membuat kelompok tani Pintu Air terus mengalami permasalahan. Permasalahan terbesar yang dihadapi berupa permodalan yang dimiliki adalah dari mulai berdiri hingga sampai saat ini terkait permodalan. Modal dalam usaha ini berasal dari masing-masing swadaya anggota yang relatif kecil (tidak lebih dari Rp. 50.000.000 per anggota), dan selalu menghadapi kesulitan, masalah lain adalah administrasi pembukuan yang akuntable belum dapat diterapkan oleh anggota ataupun pengurus kelompok tani Pintu Air ini. Melihat prospek usaha perikanan kedepan cukup menjanjikan dan tingginya persaingan serta berbagai permasalahan yang dihadapi, maka kelompok tani Pintu Air perlu memperbaiki model bisnis yang selama ini dijalankan

Model Bisnis merupakan representasi abstrak bagaimana perusahaan menghasilkan uang. Model Bisnis juga dapat membantu memahami, menjelaskan dan memprediksi aktifitas apa yang sebaiknya dilakukan untuk dapat menghasilkan keuntungan bagi organisasi bisnis. (Solihah, Hubeis, & Maulana, 2014). Salah satu model bisnis yang ada adalah Business Model Canvas (BMC) dimana bisnis model ini diperlukan sebagai alat karena membantu memetakan bisnis dalam menetapkan tujuan lebih lanjut yang mengarah ke kesuksesan terutama pada usaha micro dan kecil pada tahap membangun bisnis (Tokarski, Tokarski, & Wojcik, 2017)

Dari beberapa pemaparan permasalahan diatas, dengan potensi, kreatifitas, inovasi, Information and Technology (IT) dan jiwa kewirausahaan yang dimiliki oleh kelompok tani Pintu Air diharapkan bisnis canvas model bermanfaat bagi mereka dan ada investor yang tertarik untuk membantu mengembangkan bisnis tani ikan ini.

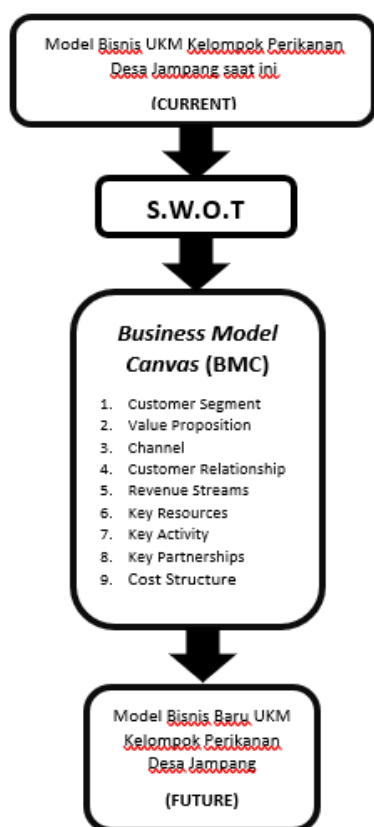
Tujuan dan sasaran secara umum penelitian ini untuk membantu

meningkatkan Bisnis kelompok pembudidayaan ikan di Desa Jampang, Bogor melalui :

1. Mengidentifikasi model bisnis yang selama ini dilakukan oleh UKM kelompok Pembudidayaan ikan Pintu Air di Desa Jampang dengan menggunakan Business Model Canvas (BMC)
2. Membuat model bisnis baru hasil dari perbaikan model bisnis sebelumnya yang saat ini berjalan di kelompok Pembudidayaan Ikan Pintu Air di desa Jampang:

BAHAN DAN METODE

Kerangka Pemikiran dari penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.

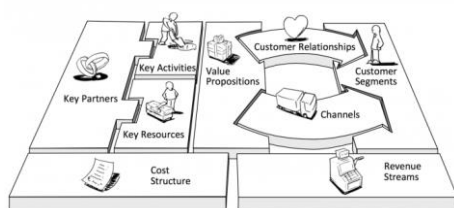


Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif, untuk menganalisis permasalahan yang dihadapi oleh sebuah usaha bisnis selama periode tertentu sehingga didapat gambaran yang luas dan mendalam. Dalam penelitian ini jenis data

yang digunakan adalah data primer. Instrumen untuk pengumpulan data di peroleh langsung dari observasi di lapangan yaitu dengan wawancara. Analisis data yang digunakan yaitu :

1. Analisis model bisnis, yaitu untuk menggambarkan suatu kondisi model bisnis yang saat ini dipergunakan UKM kelompok Pembudidayaan ikan Pintu Air di Desa Jampang yaitu dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC). BMC terdiri dari sembilan elemen guna membantu mengidentifikasi model bisnis yang saat ini berjalan yaitu terdiri dari *Customer Segment, Value Proposition, Channel, Customer Relationship, Revenue Stream, Key Resources, Key Activity, Key Partnership, Cost Structure*. Salah satu cara yang efektif untuk menilai integrasi keseluruhan Bisnis Model ini adalah dengan mengkombinasikan analisa SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) melalui BMC (Osterwalder & Pigneur, 2010).
2. Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan yang dimiliki usaha ini sedangkan peluang dan ancaman adalah faktor dari luar yang harus di perhitungkan oleh perusahaan agar dapat membuat langkah dalam mengakomodasi hasil analisis SWOT berupa strategi bagi perusahaan.
3. Merancang model bisnis baru yang merupakan perbaikan dan penyempurnaan dari bisnis model yang lama. Penelitian ini dilakukan di UKM kelompok Pembudidayaan ikan Pintu Air di Desa Jampang, Kotamadya Bogor pada bulan November 2018.



Gambar 2. Business Model Canvas

HASIL

Sebuah bisnis model dapat di Interpretasikan sebagai sebuah Blue Print dari sebuah organisasi bisnis, Bisnis model ini harus inovatif agar Organisasi bisnis mampu bertahan di tengah cepatnya perubahan lingkungan bisnis (Freund, 2009). Tahap Pertama dari Penelitian ini adalah menganalisis model bisnis dari UKM kelompok Pembudidayaan ikan Pintu Air di Desa Jampang, Kotamadya Bogor yang saat ini sedang berjalan, Kemudian memetakannya pada Business Model Canvas (BMC)

KEY PARTNERS	KEY ACTIVITIES	VALUE PROPOSITION	CUSTOMER RELATIONSHIP	CUSTOMER SEGMENTS
-Kelompok Tani Kecamatan Kemang -Tim Pemasaran Mandiri	- Budidaya budidaya dan penjualan ikan segar -Internet marketing -packing vacuum lele asap	-Produk berupa ikan segar seperti ikan lele, mas, gurame dan ikan hias dengan sertifikat cara budidaya yang baik dikeluarkan oleh kementerian kelautan dan perikanan RI. -Harga relatif lebih murah dibanding dengan kompetitor; -Lokasi penjualan cukup strategis.	- Kepercayaan - On Time - Tempo Pembayaran - Pemesanan cukup via Tele/PA/SMS	Pedagang Pasar Ikan Warga Sekitar Anak Sekolah
	KEY RESOURCE	CHANNELS		
	-Lahan Irigasi -Lahan Di Rumah -SDM -Unit Pengembang Pelayanan	- Langsung datang ke lokasi - Diantar - Promosi dari mulut ke mulut - WEB/IG/FB		
COST STRUCTURE		REVENUE STREAMS		
Listrik Transportasi Internet		-Penjualan ikan segar khususnya ikan lele yang menjadi unggulan -Penjualan ikan lele asap yang baru dimulai dari Juli 2018 -Penjualan ikan hias -Pendapatan dari wisata mina edukasi -Penjualan ikan frozen (yang dibeli dari kelompok tani lain dari desa jampang bogor) -Penjualan Tomat, Cabai dan Terong Hasil tanam di Pinggir Kolam		

Gambar 3. Business Model Canvas saat ini

Dari Model Bisnis yang sedang berjalan saat ini nilai keunggulan (Value Proposition) berupa ikan segar seperti ikan lele, ikan mas, ikan gurame dan ikan hias dengan sertifikat cara budidaya yang baik dikeluarkan oleh kementerian kelautan dan perikanan RI. Dengan bersertifikasi menunjukkan bahwa produk dijamin aman dan higienis, harga

relatif lebih murah dibanding dengan kompetitor dan lokasi yang cukup strategis. Pada segmen konsumen (Customer Segment) yang menjadi target pemasaran adalah Pedagang, Pasar ikan di daerah Parung, dan anak sekolah melalui bentuk wisata Mina edukasi. Hubungan dengan pelanggan (Customer Relationship) dibangun lewat kepercayaan, memberikan tempo pembayaran, pengiriman yang tepat waktu dan media sosial. Aktivitas yang biasa dilakukan (Key Activities) Pembelian, Budidaya dan Penjualan ikan segar, untuk kegiatan lainnya diisi dengan pemasaran lewat Internet dan packing vacuum lele asap. Sumber daya (Key Resource) yang mendukung kegiatan berupa SDM yang memadai dengan rata-rata Pendidikan SMA dan di dukung dengan unit pengembang pelayanan, Memanfaatkan lahan Irigasi dan areal perumahan. Sedangkan untuk struktur Biaya (Cost Structure) dan pemasukan (Revenue Stream) dapat di lihat di Gambar 3

Analisis SWOT

Analisis menggunakan SWOT dari hasil wawancara secara mendalam terhadap pembudidaya ikan di daerah Jampang bertujuan untuk menangkap secara rasional persepsi pihak-pihak yang berhubungan erat dengan permasalahan tertentu terutama sekali dalam pengambilan keputusan untuk menentukan kebijakan dengan menetapkan prioritas yang paling baik

Internal

S/Kekuatannya

- Kualitas daging lelenya sangat baik dibandingkan kelompok ikan lainnya
- Perawatan lele bersih dan sangat terawat
- Kelompok budidaya ikan ini memiliki sertifikat "Cara Budidaya Ikan Yang Baik" sehingga hal ini yang menjadi dasar untuk menambah kepercayaan customer

- Kelompok budidaya ikan pintu air ini dapat memanfaatkan setu/lahan irigasi sebagai pembudidaya ikan air tawar/ikan hias

W/Kelemahan

*PROSIDING SEMINAR NASIONAL
Enhancing Innovations for Sustainable Development :
Dissemination of Unpam's Research Result*

- Masih kurangnya jumlah pasokan ikan lele di pintu air ini, sehingga tidak mampu memenuhi pesanan customer yang terlalu tinggi

- Kurangnya modal (karena modal masih swadaya)

- Kemasan masih belum menarik

- Kurangnya lahan untuk mengembangkan pembudidayaan ikan lele

- Masih kurang teknologi untuk mengembangkan budidaya ikan lele

- Manajemen usaha/manajemen keuangan masih kurang baik

External

O/Peluang

- Mengikuti bazaar yang diadakan pmda bogor sehingga dengan ini masyarakat luas mengetahui potensi ikan lele di kelompok pintu air desa jampang

- Promosi di media social - kelompok pintu air mulai memasarkan hasil ikannya via perdagangan online seperti di bukalapak, selain itu memiliki media social (web dan instagram) untuk mengenalkan dan perluasan pasar ikan lele/ikan hias/air tawar kelompok pintu air ini.

- Mendapatkan dukungan dari dinas perikanan bogor

T/Ancaman

- Penyempitan lahan untuk budidaya ikan lele

- Kehilangan customer (karena masih kurangnya hasil lele di kelompok pintu air ini maka dikhawatirkan customer berpindah pada pesaing lain)

- Opini Ikan lele tidak higienis

Business Model Canvas (BMC) Baru

Pada tahap ini Business Model Canvas (BMC) yang telah di perbaiki berdasarkan Focus Grup Discussion dengan para peserta Kelompok Budidaya ikan dengan motto "Melayani Anda Sampai Minta Lagi" guna

terwujudnya usaha bisnis yang Inovatif, Berwawasan Lingkungan, Mandiri, Modern, Berdaya Saing tinggi dan Berkesinambungan ditambah dengan Analisis SWOT, sehingga tercipta Model bisnis yang telah di perbaiki seperti Gambar 4. Hasil analisis SWOT diperoleh faktor internal berupa kekuatan terbesar pada elemen Key Resources, dan kelemahan pada Key activities dan Value Propositions, sedangkan faktor eksternal berupa peluang pada elemen customer segment serta Ancamana pada elemen revenue stream.

Elemen Business Model Canvas (BMC) telah diperbaiki dari masing masing element, ada pun yang point yang di tambahkan adalah sebagai berikut:

1. Segmen Pelanggan (Customer Segmen)

Sebuah bisnis memerlukan pelanggan untuk keberlangsungan usahanya. Customer Segments meliputi tidak hanya pembeli atau calon pembeli saja melainkan semua pihak yang mengambil keputusan untuk membeli. Desa Jampang yang berlokasi di Kabupaten Bogor terletak pada lokasi yang cukup strategis dan menarik untuk dijadikan desa wisata, sehingga segmen pelanggan yang dapat dibidik lebih jauh adalah :

1. Catering. Salah satu hasil tambak dari petani Desa Jampang adalah ikan gurami yang seringkali menjadi menu andalan catering, yaitu Gurami Asam Manis. Menjalin kemitraan dengan usaha catering akan memberi dampak positif bagi keduanya.

2. Restoran. Daerah Bogor terkenal sebagai lokasi tujuan wisata kuliner yang mempunyai banyak restoran atau rumah makan yang melayani wisatawan. Ini peluang untuk memasarkan hasil tambak lele, gurami dan patin.

3. Instansi. Desa Jampang yang berlokasi di Kabupaten Bogor dengan akses tol Jakarta Bogor memudahkan distribusi hasil budidaya perikanan baik di Kabupaten Bogor maupun ke Jakarta yang mempunyai banyak kantor instansi. Kemitraan dapat ditawarkan untuk memasarkan baik ikan segar maupun ikan olahan seperti lele beku maupun lele asap juga produk pelatihan terkait budidaya ikan kepada instansi maupun karyawan di instansi tersebut.

4. Komunitas. Salah satu hasil budidaya ikan hias dan sudah berprestasi di tingkat nasional, merupakan daya tarik untuk menarik segment pelanggan dari komunitas pecinta ikan hias. Dan ini dapat diperkuat dengan adanya web atau situs di internet yang memperkenalkan dan memasarkan hasil budidaya perikanan Desa Jampang.

2.Keunggulan yang ditawarkan (Value Proposition)

Value Proposition berkaitan dengan produk unggulan yang ditawarkan oleh pembudidaya ikan Pintu Air. Dalam hal ini adalah ikan lele segar, lele asap sebagai inovasi baru dan ikan hias. Di sisi lain, ada hal yang perlu mendapatkan perhatian khusus yaitu terkait:

1. Sebagai pelaku usaha sudah sepatutnya paham akan aturan yang berlaku dalam dunia bisnis. Terbatasnya latarbelakang pendidikan membuat sejumlah petani ikan di desa Jampang Kecamatan Kemang Kabupaten Bogor tidak paham akan pentingnya pembukuan. Petani ikan Pintu Air belum melakukan pencatatan segala transaksi yang terjadi seperti, pembelian dan penjualan, keluar masuknya barang, pembayaran gaji karyawan, pembayaran pakan dan lain sebagainya. Dengan pembukuan yang akuntanble maka peluang untuk mendapatkan pinjaman guna keberlangsungan bisnis ikan di Pintu Air akan lebih baik lagi.

2. Salah satu hal yang juga perlu mendapat perhatian khusus adalah terkait dengan sertifikat halal dari MUI dan perijinan dari BPPOM belum mereka kantongi. Hal ini dikarenakan terbatasnya keuangan yang mereka miliki. Mengantongi sertifikat halal dan lulus uji dari BPPOM untuk salah satu produk mereka lele asap merupakan hal yang masih menjadi harapan. Jika harus merogoh kantong demi perijinan tersebut, mereka belum mampu. Mengajukan pinjaman pun tidak bias mereka lakukan karena mereka tidak memiliki pembukuan yang akuntanble.

3.Hubungan baik dengan Pelanggan (Customer Relationship)

Customer Relationship menjelaskan bagaimana suatu perusahaan membangun dan merawat hubungan yang baik dengan para pelanggannya :

1. Komunikasi yang rutin dengan pelanggan, Customer Relationship harus mengupayakan kepuasan pelanggan terutama untuk petani ikan pintu air Desa Jampang yang sebagian besar pelanggan mengambil sendiri produk ikan. Sehingga dengan pelanggan yang puas diharapkan kemitraan akan terjalin berkesinambungan dan cukup panjang. Salah satu yang dapat dilakukan untuk menapatkan pelanggan yang berkesinambungan adalah dengan follow up Customer yang sudah pernah bertransaksi, dalam arti menjaga komunikasi dan hubungan baik dengan pelanggan. Dan ini dapat dilakukan melalui media sosial, antara Whatsapp, Face Book, Instagram, situs web, atau melalui acara kebersamaan seperti gathering pecinta ikan hias, temu kenal penggemar ikan lele dan lain sebagainya.

4.Saluran (Channel)

Cara atau dengan apa suatu bisnis dapat memberikan layanan dan distribusi produk kepada pelanggan ;

1. Kendaraan Operasional, sebuah jalur distribusi sangat membutuhkan kendaraan operasional, agar produk yang dihasilkan sampai ke pelanggan, mungkin dengan motor roda tiga dengan bak terbuka dirasa biasa berfungsi efektif untuk memberikan layanan kepada pelanggan.

5.Arus Pendapatan (Revenues Stream)

Elemen ini menggambarkan bagaimana pendapatan yang dihasilkan dari kelompok budidaya ikan ini : Selain pendapatan dari menjual ikan hias, ikan lele, dan Lele asap, diharapkan penjualan dari Pakan yang diproduksi sendiri juga bisa menjadi sumber pendapatan bagi para kelompok budidaya ikan.

6. Sumber Daya Utama (Key Resource)

Segala Sumber daya yang diperlukan agar sebuah usaha bisnis berjalan bahkan lebih baik lagi :

1. Peralatan teknologi pendukung Budidaya Ikan, Peralatan yang memadai sangat mendukung proses pembudidayaan ikan akan berhasil dan jika disertai dengan teknologi yang canggih, maka akan semakin memudahkan proses pembudidayaan ikan. Dari social media yang dikelola oleh IT Support, baru menunjukkan adanya peralatan yang memadai untuk ikan hias saja, yang mana tidak memerlukan jumlah yang cukup besar dalam setiap prosesnya. Dan kondisi di lapangan menunjukkan bahwa peralatan yang dimiliki oleh pembudidaya ikan di Desa Jampang masih bersifat manual, akan tetapi ada Kolam yang multiguna di mana kolam tersebut berfungsi sebagai tempat kembang biak ikan, sekaligus untuk bercocok tanam. Kelebihan pada kolam ini menunjukkan bahwa selain membudidayakan ikan, kebutuhan akan sayuran cukup terpenuhi karena ditanami dengan cabai, tomat, sawi hijau, kangkung, dan bayam, kolam dengan peralatan yang cukup memadai ini dinamakan kolam 4G.

7. Kegiatan Operasional Utama (Key Activities)

Mencakup segala aktivitas yang dilakukan agar kegiatan Bisnis dapat beroperasi dengan sukses :

1. Produksi Pakan yang Mandiri dan Berkesinambungan, saat ini Kelompok budidaya ikan belum biasa memproduksi pakan sendiri khususnya pakan lele, hal ini menjadi masalah ini, dimana kelompok ini tidak dapat memenuhi permintaan ikan lele yang cukup tinggi karena harga Pakan pun tinggi, oleh sebab itu sudah selayaknya kelompok Budidaya ikan ini dapat memproduksi Pakan ikan secara Mandiri dan berkesinambungan

8. Mitra Kerja Utama (Key Partnership)

Berhubungan dengan pihak ke tiga yang di sebut juga Mitra/Partner yaitu pihak-pihak yang menjadi penentu terhadap berjalannya suatu bisnis agar berjalan dengan Optimal :

1. Bank dan Lembaga keuangan lainnya setelah kelompok Budidaya ikan memiliki pembukuan dan administrasi yang baik, maka kelompok ini akan menjadi bankable.

2. Koperasi, salah satu peran Koperasi dalam mendukung UKM adalah dari sisi Pemodalannya meskipun mungkin tidak sebesar bank, tetapi dirasa dapat membantu mengatasi permasalahan yang di hadapi, termasuk dalam segi penyaluran hasil budidaya Ikan untuk di jual kembali

3. Distributor Pakan, memproduksi pakan ikan secara mandiri khususnya Lele dan berkesinambungan menjadi salah satu harapan dari kelompok Budidaya ini, oleh sebab itu selain untuk memenuhi kebutuhan sendiri, mereka juga dapat memproduksi pakan ikan ini untuk di salurkan untuk dijual kepada Distributor-distributor Pakan baik daerah sekitar maupun di luar daerah.

4. Sekolah/Universitas, Tidak bias dipungkiri sekolah/Universitas adalah salah satu tempat sumber Ilmu ,Inovasi dan penelitian baru yang sangat dibutuhkan bagi Kelompok Budidaya ikan ini, secara umum di semua bidang sangat dibutuhkan tetapi secara spesifik bidang yang di butuhkan adalah, Perikanan, Pertanian, Perternakan, Manajemen, Akuntansi dan Sistem Informasi

9. Struktur Biaya (Cost Structure)

Gambaran biaya yang dikeluarkan dalam usaha bisnis :

1. Pakan, Merupakan bahan paling penting atau menjadi bahan utama yang menjadi pengeluaran terbesar dalam proses pembudidayaan. Selama ini proses pengadaan pakan menjadi sebuah hambatan yang cukup besar bagi pembudidaya ikan, yang mana jumlah biaya yang disiapkan mencapai 70% dari biaya yang dikeluarkan dari proses pembenihan sampai ikan siap dijual. Jika dana untuk pakan dirasa

cukup, maka pembudidaya akan segera melaksanakan proses pembudidayaan, jika tidak maka menunggu sampai hasil panen datang dan kemudian akan memutar kembali uang tersebut untuk modal pembelian pakan yang memakan jumlah paling besar. Jika modal untuk pakan memadai, pembudidaya tidak harus menunggu masa panen tiba, karena lahan yang disediakan juga cukup memadai untuk melakukan proses pembudidayaan kembali

2. Biaya Bank, menyisihkan sebagian pendapatan untuk membayar cicilan atas pembiayaan yang telah didapatkan.

KEY PARTNERS	KEY ACTIVITIES	VALUE PROPOSITION	CUSTOMER RELATIONSHIP	CUSTOMER SEGMENTS
<ul style="list-style-type: none"> -Kelompok Tani Kecamatan Kemang -Tim Pemasaran Mandiri -Koperasi -Distributor Pakan -Sekolah/Universitas (Dibuat oleh Dosen/Praktisi, Perikanan, Manajemen, Akuntansi, Sistem Informasi) -Bank/Lembaga Keuangan 	<ul style="list-style-type: none"> - Expansif Budidaya dan penjualan ikan segar -Jeterner marketing -packing vacuum lele asap - Produksi Pakan (lele) yang mandiri dan berkesinambungan 	<ul style="list-style-type: none"> -Produk berupa ikan segar seperti ikan lele, mas, gurame dan lele Asin -Berorientasi cara budidaya yang baik dibuktikan oleh sertemoran keliatan dan peralatan fit -Harga relatif lebih murah dibanding dengan kompetitor, -Laba penjualan cukup strategis 	<ul style="list-style-type: none"> - Kepercayaan - On Time - Tempo Pembayaran - Pemahaman cukup via Telegram/IG/MS - Komunikasi yang rutin dengan Pelanggan 	<ul style="list-style-type: none"> Pedagang Pasar Ikan Warga Sekitar Anak Sekolah Catering Restoran Instansi Komunitas
KEY RESOURCE <ul style="list-style-type: none"> -Lahan Irigasi -Lahan Di Rumah -SDM -Unit Pengembang Pelayanan -Peralatan teknologi pendukung Budidaya yang memadai 		<ul style="list-style-type: none"> -Pembelian yang Alurtable -Sertifikasi BP, POM dan Halal 	CHANNELS <ul style="list-style-type: none"> - Langsung datang ke lokasi - Online - Promosi dari mulut ke mulut - WEB/IG/FB/Online Shop - Kendaran Operasional 	
COST STRUCTURE <ul style="list-style-type: none"> Fixed Cost Elektrik Transportasi Biaya Bank Variable Cost Internet Pakan 		REVENUE STREAMS <ul style="list-style-type: none"> -Penjualan ikan segar khususnya ikan lele yang menjadi unggulan -Penjualan ikan lele asap yang baru dimulai dari Juli 2018 -Penjualan ikan hias -Pendapatan dari wisata minat edukasi -Penjualan ikan frozen (yang dibeli dari kelompok tani lain dari desa jampang besar) -Penjualan Tomat, Cabai dan Terong Hasil tanam di Pinggir Kolam 		

Gambar 4. Bisnis Model Canvas Baru

KESIMPULAN

Dari hasil Analisa dengan menggunakan BMC dan SWOT, serta wawancara langsung dan Focus group discussion dengan para peserta PODAKAN di wilayah Jampang, didapatkan sebuah model bisnis canvas baru yang dapat diaplikasikan. Model bisnis ini merupakan representasi dari seluruh kegiatan bisnis dari para peternak ikan di wilayah Jampang.

Hasil yang diperoleh untuk memperbaiki kondisi para peternak Ikan adalah bahwa Elemen Business Model Canvas (BMC) telah diperbaiki dan tambahkan adalah sebagai berikut: 1. Customer Segmen, yang dapat dibidik lebih jauh adalah : Menjalin kerjasama dengan

pengusaha Catering, Restoran, Karyawan pada instansi -instansi di sekitar Bogor - Jakarta, Komunitas pecinta ikan hias, serta para pelaku belanja Online. 2. Value Proposition, meningkatkan elemen value proposition dengan memperbaiki layanan kepada para pelanggan dari sisi pencatatan pembukuan dan proses administrasi yang tertib dan baik, mendapatkan sertifikasi Halal dari MUI dan juga lulus uji BPPOM. 3. Customer Relationship, menjaga pelanggan dengan cara melakukan komunikasi yang rutin dengan pelanggan, melalui telepon, media sosial, antara Whatsapp, Face Book, Instagram, situs web, atau melalui acara kebersamaan seperti gathering pecinta ikan hias, temu kenal penggemar ikan lele dan lain sebagainya. 4. Channel, dengan menambah kendaraan operasional, motor roda tiga dengan bak terbuka dirasa biasa berfungsi efektif untuk memberikan layanan kepada pelanggan. 5. Revenues Stream, selain menjual ikan hias, ikan lele, dan lele asap, sumber penghasilan baru yang bisa diciptakan adalah hasil penjualan Pakan Ikan yang diproduksi sendiri. 6. Key Resources, berupa peningkatan peralatan teknologi pendukung Budidaya Ikan, dan maksimalisasi kolam 4G yang diharapkan nantinya tidak hanya menghasilkan sayur-sayuran namun juga bisa menjadi sumber penghasilan. 7. Key Activities , selain beternak ikan lele dan ikan hias, diharapkan kegiatan utama kelompok budidaya ikan ini bertambah yaitu produksi pakan yang mandiri dan berkesinambungan. 8. Key Partnership, menjalin kerjasama baru dengan Koperasi, Bank, Distributor Pakan di luar daerah, dan Sekolah/Universitas. 9. Cost Structure, struktur biaya yang dikeluarkan adalah biaya tetap dan biaya variable, dalam komponen biaya tersebut, jika kelompok tani budidaya ikan berhasil mendapatkan pembiayaan dari Bank atau institusi keuangan lain, maka biaya bank akan menjadi bagian dari komponen biaya.

DAFTAR PUSTAKA

Anggina, D., Hamid, H., & Hendrik. (2014). Analysis of Ornamental Fish Farming member of Group Diamond Fish Club in Tampan Vilage District Payung Sesaki Pekanbaru City Riau Province.

*PROSIDING SEMINAR NASIONAL
Enhancing Innovations for Sustainable Development :
Dissemination of Unpam's Research Result*

*Jurnal Online Mahasiswa Fakultas
Perikanan dan Ilmu Kelautan, 1-9.*

- Dwiyanto, B. S., & Jemadi. (2014).
Wirausaha Kelompok
Budidaya Pemasaran Lele.
Maksipreneur, Vol. IV, No. 1, 4-21.
- Osterwalder, A., & Pigneur. (2010).
Business Model Generation. New
Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Solihah, E., Hubeis, A. V., & Maulana, A.
(2014). Analisis Model Bisnis pada
KNM Fish Farm dengan
pendekatan Business Model Canvas
(BMC). *Jurnal Sosial Ekonomi
Kelautan dan Perikanan* , 185-194.
- Teece, D. j. (2019). Business Model,
Business Strategy and Inovation.
Elsevier, 172-194.
- Tokarski, A., Tokarski, M., & Wojcik, J.
(2017). The Possibility of Using
The Business Model Canvas in The
Establishment of an Operator's
Business Plan. *Torun Business
Review 16 (4), 17-31.*
- Widiyantoro, U. (2018, February). BPS
Nilai Sub-Sektor Perikanan
Budidaya mampu mendongkrak
pertumbuhan ekonomi.
SP.24/SJ.07/II/2018.