

Perancangan Model Bisnis Pembibitan Ikan Nila Di Umkm IkanNila Jalet Dengan Menggunakan Metode Business Model Canvas

1st Aqila Maulida

Fakultas Rekayasa Industri
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

aqilamaulida@telkomuniversity.ac.id

2nd Budi Sulistyio

Fakultas Rekayasa Industri
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

budisulis@telkomuniversity.ac.id

3rd Sinta Aryani

Fakultas Rekayasa Industri
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

sintatelu@telkomuniversity.ac.id

Abstrak — UMKM Ikan Nila Jalet merupakan usaha budidaya ikan yang berlokasi di Kabupaten Ciamis sejak 2021 hingga saat ini. UMKM menghadapi masalah tidak tercapainya target pendapatan Rp 20.000.000 per tahun. Faktor penyebab utama yaitu kurangnya diversifikasi produk, keterbatasan inovasi dalam teknik budidaya, serta strategi pemasaran yang kurang efektif. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, penelitian ini menggunakan *Business Model Canvas* untuk mengevaluasi dan perbaikan model bisnis. Melalui analisis yang mendalam terhadap model bisnis yang ada, yaitu meliputi pengamatan langsung, wawancara dengan pihak perusahaan, serta studi literatur, Pengidentifikasian SWOT dilakukan untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman. Hasil SWOT kemudian dijadikan dasar untuk merancang model bisnis yang lebih inovatif dan berkelanjutan. Beberapa perbaikan yang diusulkan dalam model bisnis baru meliputi perluasan segmen pelanggan dengan melibatkan UMKM Kuliner, penambahan pada saluran distribusi dengan memanfaatkan platform media sosial. Pada blok *value proposition* mengembangkan variasi jenis lain seperti ikan lele, ikan patin, dan ikan gurami serta penambahan produk olahan ikan fillet dan abon ikan. Dan juga memanfaatkan teknologi bioflok. Penambahan juga terdapat pada blok *revenue streams* yaitu berasal dari diversifikasi produk. Dengan adanya perubahan model bisnis, dilakukan simulasi finansial untuk membandingkan pendapatan eksisting dan pendapatan usulan.

Kata kunci— Model bisnis, *Business Model Canvas*, UMKM Ikan Nila Jalet, Budidaya ikan nila, Teknologi bioflok, Simulasi Finansial

I. PENDAHULUAN

Indonesia, dengan wilayah yang terdiri dari 17.499 pulau dan luas sekitar 7,81 juta km², memiliki sumber daya perikanan dan kelautan yang sangat kaya. Dari luas total tersebut, 3,25 juta km² adalah lautan, 2,55 juta km² adalah Zona Ekonomi Eksklusif, sementara sisanya 2,01 juta km² adalah daratan [1]. Salah satu komoditas unggulan dalam perikanan air tawar Indonesia adalah ikan nila (*Oreochromis sp.*), yang dikenal dengan potensi besar untuk dikembangkan. Budidaya ikan nila, dari cara tradisional hingga super intensif, menjadi salah satu komoditas air tawar yang paling bernilai karena kelebihannya seperti kemudahan budidaya,

pertumbuhan cepat, nilai ekonomi yang tinggi, dan sangat tahan terhadap perubahan lingkungan [2]. Di Indonesia, ikan nila adalah salah satu dari sepuluh komoditas budidaya yang paling penting. Usaha perikanan harus dikembangkan karena kebutuhan masyarakat akan ikan [3]. UMKM Ikan Nila Jalet mencatat penjualan produk kepada konsumen individu dan konsumen bisnis pada tahun 2021-2023 sebagai berikut:



Terdapat beberapa masalah yang dialami oleh UMKM Ikan Nila Jalet, masalah utama pada *key resources* yaitu belum memiliki infrastruktur dan peralatan yang memadai untuk menjalankan operasi budidaya ikan secara optimal. Masalah kedua pada *channel* yaitu pemasaran yang dilakukan hanya berupa *word of mouth*. Dimana era teknologi zaman sekarang, sudah mudah untuk mempromosikan produk yang ditawarkan. Masalah ketiga yaitu *value proposition* yaitu kurangnya keunikan produk dibandingkan oleh kompetitor. UMKM Ikan Nila Jalet hanya menawarkan jenis produk yang terbatas.

Masalah yang dihadapi UMKM Ikan Nila Jalet akan dilakukan analisis kondisi bisnis saat ini dengan mengembarkannya ke dalam *business model canvas*. Dengan adanya model bisnis baru, diharapkan UMKM Ikan Nila Jalet dapat mencapai target pendapatan.

II. KAJIAN TEORI

A. Business Model Canvas

[8] menciptakan BMC, sebuah alat atau kerangka kerja yang membantu bisnis merancang, menggambarkan, dan memahami komponen penting dari model bisnis mereka. Mereka terdiri dari kesembilan komponen berikut:

1. *Customer Segment*, menentukan kelompok pelanggan atau pasar yang ditargetkan
2. *Value Propositions*, yang menunjukkan keuntungan khusus yang ditawarkan kepada pelanggan.
3. *Channels*, yaitu cara bisnis menjangkau konsumen
4. *Customer Relationship*, jenis hubungan yang dibangun dengan pelanggan untuk menjaga loyalitas.
5. *Revenue Streams*, mengidentifikasi cara bagaimana bisnis menghasilkan pendapatan.
6. *Key Resources*, sumber daya kunci yang diperlukan untuk mengoperasikan model bisnis
7. *Key Activities*, aktivitas atau proses yang harus dilakukan untuk menjalankan model bisnis.
8. *Key Partnership*, mitra yang diperlukan untuk membuat model bisnis berfungsi.
9. *Cost Structure*, biaya-biaya utama yang harus dikeluarkan untuk menjalankan model bisnis.

B. Value Proposition Design

Sebuah proses terstruktur untuk menciptakan nilai baru bagi pelanggan. *Value Proposition Design* digunakan sebagai kerangka kerja untuk memastikan kesesuaian antara pasar dan produk [3]. Alat ini terdiri dari dua bagian, yaitu:

1. *Customer Profile*, yang memberikan penjelasan rinci tentang segmen pelanggan tertentu dalam model bisnis. *Customer Profile* terdiri dari tiga bagian yaitu *Customer Jobs*, *Pains* dan *Gains* [3]
2. *Value Proposition*, sebuah alat analisis strategis yang digunakan untuk memvisualisasikan dan memahami bagaimana pelanggan menilai produk atau jasa suatu perusahaan dalam hubungannya dengan pesaing. *Value Proposition* memiliki tiga aspek yaitu, *Product and Services*, *Pain Reliever*, dan *Gain Creators*.

C. Analisis SWOT

SWOT Analysis, yang mencakup Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman, merupakan metode evaluasi yang digunakan untuk menilai faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja suatu organisasi. Analisis ini terdiri dari empat elemen utama: kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

D. Matriks TOWS

Untuk merancang strategi bisnis, Matriks TOWS mencakup kolom-kolom yang mengintegrasikan faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan, yaitu Strategi WT, WO, ST, dan SO. [4].

III. METODE

Penelitian ini difokuskan untuk mengembangkan usulan perbaikan model bisnis bagi produk UMKM Ikan Nila Jalet. Proses perancangan model bisnis dimulai dari tahap awal yang meliputi perumusan masalah, penetapan tujuan penelitian, identifikasi manfaat penulisan, penyusunan sistematika penulisan, dan perancangan metodologi penelitian. Selanjutnya, tahap pengumpulan data dilakukan

melalui wawancara dengan pihak UMKM Ikan Nila Jalet untuk memahami model bisnis yang ada serta wawancara dengan konsumen guna memperoleh profil konsumen dan menganalisis data lingkungan bisnis. Dari data yang terkumpul, dilakukan analisis SWOT yang kemudian dibahas dengan pihak UMKM Ikan Nila Jalet untuk proses scoring. Setelah scoring, analisis dilakukan menggunakan matriks TOWS untuk mengidentifikasi value proposition, customer relationship, company infrastructure, dan cost/revenue streams. Berdasarkan hasil strategi yang telah disusun, dilakukan pengembangan value proposition canvas dan business model canvas yang diusulkan untuk produk UMKM Ikan Nila Jalet.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Business Model Canvas Eksisting

Mengacu pada data yang diperoleh dari observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh pihak UMKM Ikan Nila Jalet dan wawancara kepada pelanggan, didapatkan business model canvas eksisting:



Gambar 1. Business Model Canvas Eksisting

B. Customer Profile

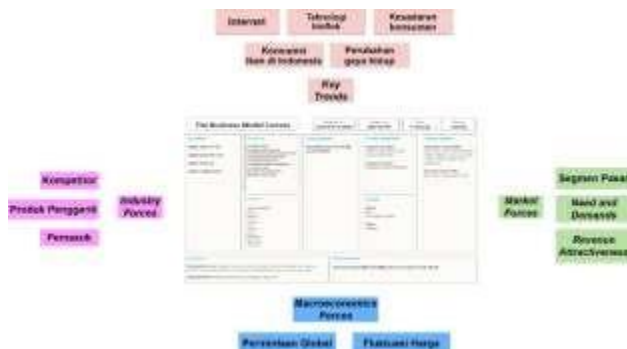
Customer profile, yang menggambarkan kebutuhan dan keinginan konsumen, diperoleh dari wawancara dengan konsumen individu dan bisnis. Profil ini mencakup tiga aspek utama: customer jobs, customer pains, dan customer gains, yang digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. Customer profile

C. Business Model Environment

Berikut merupakan data lingkungan bisnis dari UMKM Ikan Nila Jalet:



Gambar 3. Business Model Environment

D. Analisis SWOT, Matriks TOWS dan Strategi Usulan

Pada tahapan analisis SWOT, strength dan weakness didapatkan dari kondisi perusahaan, sedangkan opportunity dan threat didapatkan dari kondisi eksternal perusahaan. Identifikasi SWOT dilakukan pada setiap blok pada business model canvas yang selanjutnya dilakukan penilaian oleh pihak UMKM Ikan Nila Jalet menggunakan google form.

Berikut merupakan matriks TOWS dan strategi usulan untuk value proposition:

	Strength	Weakness
Value Proposition	1. Menyediakan ikan nila nila yang berkualitas (3)	1. Variasi produk yang terbatas (4-5) 2. Belum optimalnya sistem pemasaran dan pemasaran online (5)
Opportunity	1. Mengembangkan produk untuk mengembangkan varian produk seperti ikan lele, ikan patin, ikan gurami, ikan fillet dan abon ikan (S1, O1) 2. Menempatkan teknologi berbasis untuk meningkatkan kualitas, efisiensi dan hasil produksi ikan nila (S1, O2) 3. Memberikan layanan full report dengan kualitas produk yang terjangkau (S1, O3) 4. Ketahanan produk ready stock dengan produk yang berkualitas dapat memenuhi permintaan pasar (S1, O4) 5. Memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggan dan menyediakan produk yang berkualitas sesuai keinginan (S1, O5) 6. Produk yang berkualitas dan mudah didapatkan meningkatkan daya tarik bagi pelanggan (S1, O6) 7. Menegakkan kepercayaan pelanggan melalui transparansi informasi mengenai proses produksi (S1, O4)	
Threat	1. Persaingan pasar (4-5) 2. Perubahan preferensi pelanggan (4-5)	

Gambar 4. Matriks TOWS Value Proposition

No.	Uraian	Keterangan	Risk
1.	Meningkatkan kualitas produk untuk mengembangkan varian produk seperti ikan lele, ikan patin, ikan gurami, ikan fillet dan abon ikan	Menambahkan kualitas ikan nila nila yang unggul untuk meningkatkan varian produk baru seperti ikan lele, ikan patin, ikan gurami, ikan fillet, abon, ikan bakar untuk memenuhi permintaan pasar yang beragam	Value Proposition
2.	Menempatkan teknologi berbasis untuk meningkatkan kualitas, efisiensi dan hasil produksi ikan nila	Teknologi berbasis untuk meningkatkan kualitas, efisiensi dan hasil produksi ikan nila	Value Proposition
3.	Memberikan layanan full report dengan kualitas produk yang terjangkau	Menyediakan pelayanan pelanggan dengan laporan report dan jaminan kualitas produk, sehingga meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan	Value Proposition
4.	Ketahanan produk ready stock dengan produk yang berkualitas dapat memenuhi permintaan pasar	Mengajar produk ready stock dan berkualitas tinggi memastikan persediaan permintaan pasar yang stabil dan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan	Value Proposition
5.	Memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggan dan menyediakan produk yang berkualitas sesuai keinginan	Fokus pada pelayanan pelanggan yang prima dan tingkat konsistensi kualitas produk dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan	Value Proposition
6.	Produk yang berkualitas dan mudah didapatkan meningkatkan daya tarik bagi pelanggan	Produk berkualitas yang tersedia secara mudah dan cepat dapat menarik lebih banyak pelanggan dan mendorong penjualan berulang	Value Proposition
7.	Menegakkan kepercayaan pelanggan melalui transparansi informasi mengenai proses produksi	Transparansi tentang cara produksi ikan nila, mulai dari pemilihan lokasi, proses produksi, hingga distribusi	Value Proposition

Gambar 5. Strategi Usulan Value Proposition

Berikut merupakan matriks TOWS dan strategi usulan untuk customer interface:

	Strength	Weakness
Customer Interface	1. Memiliki konsistensi produk (4,5) 2. Memiliki konsistensi harga (5) 3. Adanya toko fisik (5) 4. Rekomendasi dari mulut ke mulut (4) 5. Fokus pada kualitas produk (4,5) 6. Personal assistance (4,5) 7. Brooding melalui WhatsApp (4,5)	1. Kurangnya data pasar (4-5)
Opportunity	1. UMKM kuliner (4,5) 2. Pengembangan media sosial (Instagram, YouTube, Facebook, TikTok) (4,5) 3. Menyediakan sampel untuk produk: abon (4,5) 4. Survey kepuasan pelanggan (4,5) 5. Cross selling (5)	1. Melakukan pengembangan media sosial untuk meningkatkan data pasar dan memperluas jangkauan pasar (W1, O2) 2. Memberikan layanan personal assistance dan melakukan survey kepuasan pelanggan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan (S6, O4) 3. Mengembangkan brooding WhatsApp untuk cross selling produk: abon ikan (S1, O5)
Threat	1. Persaingan pasar (4-5) 2. Perubahan preferensi pelanggan (4-5) 3. Rendahnya pemasaran (4-5)	3. Mengembangkan personal assistance untuk menyesuaikan dengan perubahan preferensi pelanggan (S5, T2)

Gambar 6. Matriks TOWS Customer Interface

No.	Uraian	Keterangan	Risk
1.	Fokus pada kualitas produk dan menyediakan sampel untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama	Mengajar kualitas produk untuk baru untuk mempertahankan pelanggan. Memberikan sampel produk: abon seperti fillet dan abon ikan dapat menarik perhatian pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama	Customer Relationship
2.	Memberikan layanan personal assistance dan melakukan survey kepuasan pelanggan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan	Layanan personal assistance dapat meningkatkan hubungan dengan pelanggan dan memberikan pengalaman yang lebih baik. Survey kepuasan pelanggan membantu mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan memuaskan pelanggan secara pribadi	Customer Relationship
3.	Menggunakan brooding WhatsApp untuk cross selling produk: abon ikan	Brooding melalui WhatsApp dapat digunakan untuk mempromosikan produk-produk tambahan seperti fillet dan abon ikan kepada pelanggan yang sudah ada, meningkatkan penjualan melalui strategi cross selling	Customer Relationship
4.	Melakukan pengembangan media sosial untuk meningkatkan data pasar dan memperluas jangkauan pasar	Menggunakan media sosial untuk melakukan survei, polling, dan analisis data dapat membantu mengumpulkan informasi pasar yang berharga dan memperluas jangkauan produk UMKM	Channel
5.	Mengembangkan personal assistance untuk menyesuaikan dengan perubahan preferensi pelanggan	Layanan personal assistance memungkinkan UMKM untuk melakukan dan menyesuaikan perubahan preferensi pelanggan dengan cepat, memastikan bahwa kebutuhan pelanggan terpenuhi	Customer Relationship

Gambar 7. Strategi Usulan Customer Interface

Berikut merupakan matriks TOWS dan strategi usulan untuk cost/revenue streams:

	Strength	Weakness
Cost/Revenue Stream	1. Perubahan berkelanjutan oleh pelanggan (5)	1. Produknya hanya penjualan ikan nila produk siap (5) 2. Biaya tetap untuk produksi ikan (4-5)
Opportunity	1. Diversifikasi produk (4,5) 2. Inovasi teknologi berbasis (5)	1. Menawarkan pelanggan untuk mengembangkan ikan nila, ikan patin, ikan gurami dan fillet dan abon ikan (S1, O1) 2. Menawarkan teknologi berbasis untuk meningkatkan biaya produksi (W2, O2)
Threat	1. Perubahan preferensi konsumen (4-5) 2. Potensi persaingan (4-5)	

Gambar 8. Matriks TOWS Cost/Revenue Streams

No.	Uraian	Keterangan	Risk
1.	Menawarkan pelanggan untuk mengembangkan ikan nila, ikan patin, ikan gurami dan fillet dan abon ikan	Dengan melibatkan pelanggan dalam pengembangan produk, ikan nila, diversifikasi produk akan meningkatkan risiko biaya tetap persediaan persediaan pada setiap satu produk	Revenue Stream
2.	Menawarkan varian produk dengan berbagai berbagai varian ikan dan produk pilihan	Diversifikasi produk akan membuat biaya lebih stabil dan lebih banyak pilihan bagi pasar. Selain itu, dengan menawarkan berbagai pilihan produk, perusahaan dapat menarik lebih banyak pelanggan	Revenue Stream
3.	Menawarkan teknologi berbasis untuk meningkatkan biaya produksi	Penggunaan teknologi berbasis dapat secara signifikan mengurangi biaya produksi, terutama untuk biaya tetap	Cost/Revenue

Gambar 9. Strategi Usulan Cost/Revenue Streams

Berikut merupakan matriks TOWS dan strategi usulan untuk company infrastructure:

	Strength	Weakness
Company Infrastructure	1. Infrastruktur yang memadai (4,5) 2. Melakukan penelitian, laba dan, pakan dan yang berkualitas (4,5) 3. Melakukan pengujian ikan dan memastikan ikan secara berkala (5) 4. Melakukan perawatan dan pemantauan (4,5) 5. Melakukan pengujian kualitas setiap ikan (4,5)	1. Keterbatasan jumlah tenaga kerja (4-5) 2. Tidak memiliki keterampilan dengan produksi (4,5) 3. Ketergantungan pada pemasok bahan baku dalam proses produksi (4-5) 4. Proses produksi memakan waktu yang lama (5)
Opportunity	1. Pemasok ikan nila yang berkualitas (5) 2. Meningkatkan kerjasama baru dengan lebih banyak supplier (4,5) 3. Melakukan kerjasama dengan UMKM kuliner (4,5) 4. Ekspansi ke pasar baru melalui pemasaran langsung produk (4,5) 5. Mengajar dan menarik minat dari fillet dan abon (4,5) 6. Mengembangkan layanan personal assistance untuk meningkatkan pengalaman pelanggan (4,5) 7. Melakukan inovasi produk yang baru untuk memperluas jangkauan pasar (4,5)	1. Mengembangkan keterampilan berbasis untuk meningkatkan efisiensi produksi dan mengurangi ketergantungan pada tenaga kerja (W2, O1) 2. Melakukan kerjasama baru dengan lebih banyak supplier untuk mengurangi risiko ketergantungan (W2, O2)
Threat		

Gambar 10. Matriks TOWS Company Infrastructure

No.	Usulan	Keterangan	Risk
1.	Menggunakan infrastruktur yang memadai untuk meningkatkan teknologi budik.	Menggunakan infrastruktur yang ada untuk meningkatkan teknologi budik, yang dapat meningkatkan efisiensi budik dan dapat meningkatkan kualitas ikan yang lebih baik dan terjangkau ikan yang lebih optimal.	Risik finansial
2.	Memperluas pasar melalui peningkatan kapasitas produksi dengan melakukan pemasaran dan penjualan melalui media sosial.	Menggunakan media sosial untuk meningkatkan pasar yang lebih luas, meningkatkan penjualan, dan meningkatkan laba yang lebih optimal.	Risik pemasaran
3.	Mengembangkan teknologi budik untuk meningkatkan efisiensi produksi dan meningkatkan keterjangkauan pada tenaga kerja.	Menggunakan teknologi budik untuk meningkatkan produktivitas dengan biaya operasional yang lebih rendah dan meningkatkan laba yang lebih optimal.	Risik finansial
4.	Membangun kerjasama baru dengan lebih banyak supplier untuk mengurangi risiko keterjangkauan.	Menggunakan kerjasama dengan supplier pemasok untuk mengurangi risiko keterjangkauan pada satu pemasok tunggal.	Risik Partner

GAMBAR 11.

Strategi Usulan Company Infrastructure

E. Value Proposition Canvas

Value Proposition Canvas digunakan sebagai alat untuk menguraikan nilai proposisi dengan cara yang lebih terperinci, terorganisir, dan mendalam. Pemetaan ini mencakup tiga elemen utama: pain relievers, gain creators, serta produk dan layanan dipetakan sebagai berikut:



GAMBAR 12.

Value Proposition Canvas

F. Business Model Canvas Usulan

Berdasarkan hasil penelitian mulai dari analisis SWOT, perancangan strategi usulan dengan menggunakan matriks TOWS, customer profile yang didapatkan dari hasil wawancara, analisis business model environment sampai dengan perancangan value proposition. Berikut merupakan hasil rancangan business model canvas untuk UMKM Ikan Nila Jalet:



GAMBAR 13.

Business Model Canvas Usulan

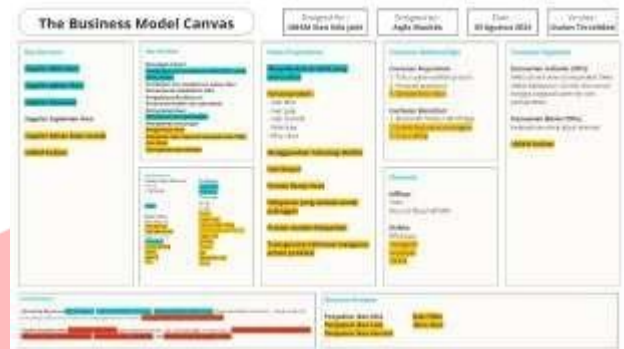
G. Verifikasi Hasil Rancangan

Tahap akhir dari perancangan Business Model Canvas usulan untuk UMKM Ikan Nila Jalet adalah memverifikasi hasil rancangan model bisnis yang telah dilakukan oleh peneliti melalui diskusi dengan pembimbing tugas akhir guna memastikan kesesuaian data, keterkaitan antar blok, dan logika berfikir. Berdasarkan hasil verifikasi, ditemukan

bahwa penyusunan Business Model Canvas usulan sudah komprehensif dan keterkaitan hasil antar setiap blok sudah memadai.

H. Validasi Hasil Rancangan

Validasi hasil rancangan Business Model Canvas yang diusulkan hanya mencakup validasi dari feasibility risk melalui diskusi dengan pihak UMKM Ikan Nila Jalet. Hasil diskusi dengan pihak UMKM Ikan Nila Jalet terkait validasi business model canvas usulan pada gambar berikut:



GAMBAR 14.

Business Model Canvas Tervalidasi

I. Simulasi Finansial

Simulasi finansial berisikan tentang perbandingan pengeluaran dan pendapatan setelah adanya usulan. Berikut merupakan pengeluaran eksisting UMKM Ikan Nila Jalet:

Item	Harga	Total (Tahun) 2025	Total (Tahun) 2026	Total (Tahun) 2027
Biaya pakan ikan nila	Rp. 12.000	Rp. 6.000.000	Rp. 6.120.000	Rp. 6.242.400
Biaya bibit ikan nila	Rp. 500	Rp. 648.000	Rp. 660.960	Rp. 674.179
Biaya pembelian kemasan	Rp. 145.800	Rp. 145.800	Rp. 148.716	Rp. 151.690
Biaya suplemen ikan	Rp. 100.000	Rp. 100.000	Rp. 102.000	Rp. 104.040
Biaya utilitas	Rp. 150.000	Rp. 150.000	Rp. 153.000	Rp. 156.060
Gaji karyawan	Rp. 6.000.000	Rp. 6.000.000	Rp. 6.000.000	Rp. 6.000.000
Biaya perawatan kolam	Rp. 300.000	Rp. 300.000	Rp. 306.000	Rp. 312.120
Pembelian peralatan	Rp. 2.000.000	Rp. 2.060.000	Rp. 2.121.800	Rp. 2.185.454
Pemasangan infrastruktur	Rp. 1.000.000	Rp. 1.030.000	Rp. 1.060.900	Rp. 1.092.727
Total		Rp. 16.433.800	Rp. 16.673.376	Rp. 16.918.671

GAMBAR 15.

Pengeluaran Total Eksisting Pengeluaran usulan pada model bisnis UMKM Ikan Nila

Jalet sebagai berikut:

Item	Harg	Total (Tahun) 2025	Total (Tahun) 2026	Total (Tahun) 2027
Biaya Bibit Ikan	Rp. 2.250.000	Rp. 4.545.000	Rp. 4.635.900	Rp. 4.728.618
Biaya Pakan Ikan	Rp. 43.810.200	Rp. 44.686.404	Rp. 45.580.132	Rp. 46.491.735
Biaya pembelian kemasan	Rp. 600.000	Rp. 612.000	Rp. 623.340	Rp. 635.725
Biaya suplemen ikan	Rp. 200.000	Rp. 204.000	Rp. 208.080	Rp. 212.242
Biaya utilitas	Rp. 300.000	Rp. 310.000	Rp. 320.200	Rp. 330.604
Biaya perawatan kolam	Rp. 200.000	Rp. 204.000	Rp. 208.080	Rp. 212.242
Gaji karyawan	Rp. 8.000.000	Rp. 8.160.000	Rp. 8.323.200	Rp. 8.489.664
Biaya rans	Rp. 200.000	Rp. 204.000	Rp. 208.080	Rp. 212.242
Biaya bahan baku masak	Rp. 1.000.000	Rp. 1.020.000	Rp. 1.040.400	Rp. 1.061.208
Terpal Kolam (PVC)	Rp. 8.478.000	Rp. 8.647.560	Rp. 8.820.511	Rp. 8.996.921
Besi/Baja Ring	Rp. 2.119.500	Rp. 2.167.560	Rp. 2.215.128	Rp. 2.262.800
Pompa Air	Rp. 1.800.000	Rp. 1.836.000	Rp. 1.872.720	Rp. 1.910.174
Sistem Aerasi / Aerator	Rp. 2.400.000	Rp. 2.448.000	Rp. 2.496.960	Rp. 2.546.899
Sistem Filter	Rp. 3.000.000	Rp. 3.060.000	Rp. 3.121.200	Rp. 3.182.624
Penutup PVC dan Frame	Rp. 3.852.000	Rp. 3.960.000	Rp. 4.068.000	Rp. 4.176.160
Alat Pengukur Kualitas Air	Rp. 3.000.000	Rp. 3.060.000	Rp. 3.121.200	Rp. 3.182.624
Perlengkapan untuk produksi ikan dan fillet ikan	Rp. 100.000	Rp. 102.000	Rp. 104.040	Rp. 106.121
Gunting	Rp. 25.000	Rp. 25.500	Rp. 26.010	Rp. 26.530
Pembersih ikan	Rp. 10.000	Rp. 10.200	Rp. 10.404	Rp. 10.612
Meja pengering abon	Rp. 1.000.000	Rp. 1.020.000	Rp. 1.040.400	Rp. 1.061.208
Meja pengemasan	Rp. 70.000	Rp. 71.400	Rp. 72.828	Rp. 74.285
Wajan besar	Rp. 300.000	Rp. 306.000	Rp. 312.120	Rp. 318.242
Kompor gas	Rp. 300.000	Rp. 306.000	Rp. 312.120	Rp. 318.242
Depre		Rp. 14.327.250	Rp. 9.551.500	Rp. 9.742.530
Tal		Rp. 112.041.804	Rp. 109.220.345	Rp. 111.404.752

GAMBAR 16.

Pengeluaran Total Usulan Selanjutnya pendapatan eksisting UMKM Ikan Nila Jalet:

Tahun	2021	2022	2023
Pendapatan	Rp. 18.144.000	Rp. 16.800.000	Rp. 15.792.000

GAMBAR 17.

Pendapatan Eksisting Pendapatan usulan pada model bisnis UMKM Ikan Nila Jalet sebagai berikut:

Produk	Harga per Kg (Rp)	Jumlah Produksi per Tahun (Kg)	Pendapatan 2025 (Rp)	Pendapatan 2026 (Rp)	Pendapatan 2027 (Rp)
Doni Nila	Rp 28.000	1.624	Rp 29.968.000	Rp 40.098.000	Rp 41.511.800
Doni Lele	Rp 27.000	1.624	Rp 29.628.000	Rp 36.537.500	Rp 37.064.400
Doni Gurami	Rp 40.000	1.624	Rp 67.008.000	Rp 58.144.000	Rp 59.104.800
Doni Fillet	Rp 14.000	10	Rp 140.000	Rp 140.000	Rp 140.000
Abon Ikan	Rp 28.000	10	Rp 280.000	Rp 280.000	Rp 280.000
Total Pendapatan			Rp 135.125.000	Rp 185.067.500	Rp 188.060.000

GAMBAR 18.
Pendapatan Usulan

Hasil perhitungan dari pengeluaran dan pendapatan yang akan diperoleh oleh UMKM Ikan Nila Jalet dengan menerapkan model bisnis usulan. Pendapatan meningkat dibandingkan dengan pendapatan eksisting dikarenakan adanya diversifikasi produk yaitu ikan nila, ikan lele, ikan gurami, ikan fillet dan abon ikan serta penggunaan teknologi bioflok. Teknologi bioflok dapat mempersingkat masa panen yaitu 2 bulan sekali. Berikut merupakan pendapatan bersih dari pengeluaran dan pendapatan model bisnis eksisting dan usulan:

Tahun	Pengeluaran	Pendapatan	Pendapatan bersih	Margin
2025	Rp 16.433.800	Rp 18.144.000	Rp	
2026	Rp 16.673.376	R		
2027	Rp			

GAMBAR 19.
Pendapatan bersih model bisnis eksisting

Berikut merupakan perbandingan pengeluaran, pendapatan, pendapatan bersih dan margin keuntungan pada model bisnis usulan:

Gambar 20. Pendapatan bersih model bisnis usulan

V. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rancangan business model canvas usulan telah berhasil dibuat. Rancangan ini kemudian diverifikasi dan divalidasi dengan mempertimbangkan risiko kelayakan. Hasil akhirnya digunakan sebagai dasar evaluasi, sehingga diperoleh business model canvas yang tervalidasi.

REFERENSI

[1] O. Pratama, "Konservasi perairan sebagai upaya menjaga potensi kelautan dan perikanan Indonesia. Direktorat

Jenderal Pengelolaan Ruang Laut," Diakses melalui <https://kkp.go.id/djprl/artikel/21045-konservasi-perairansebagai-upaya-menjaga-potensi-kelautan-dan-perikanan-indonesia>, 2020.

[2] Undang-Undang Republik Indonesia No.9 Tahun 1985, "UU Nomor 9 Tahun 1985".

[3] Undang-Undang Republik Indonesia No. 31 Tahun 2004, "PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA."

[4] E. Centyana, "Centyana, E. (2014). Substitusi tepung kedelai dengan tepung biji koro pedang (Canavalia ensiformis) terhadap pertumbuhan, survival rate dan efisiensi pakan ikan nila merah," 2014.

[5] B. Murtidjo and A. B. M. P. I. Air, "Tawar," Yogyakarta: Kanisius, 2005.

[6] (KKP) Kementerian Kelautan dan Perikanan, "Satu Data Kementerian Kelautan dan Perikanan Produksi Nasional Perikanan Budidaya Tahun 2018. Jakarta 2018."

[7] Ciamis SADATA, "Data Kelautan dan Perikanan."

[8] A. Osterwalder and Y. Pigneur, BUSINESS MODEL GENERATOR. WILEY. 2010.

[9] A. Maurya, Running lean. "O'Reilly Media, Inc.," 2022.

[10] A. Osterwalder, Y. Pigneur, G. Bernarda, and A. Smith, Value proposition design: How to create products and services customers want. John Wiley & Sons, 2015.

[11] H. Weihrich, "The TOWS matrix—A tool for situational analysis," Long Range Plann, vol. 15, no. 2, pp. 54–66, 1982.

[12] A. Puspitasari, A. Y. Isyanto, and S. Aziz, "PENERAPAN TEKNOLOGI BIOFLOK PADA BUDIDAYA IKAN NILA DI DESA CIBUNIASIH KABUPATEN TASIKMALAYA," Abdimas Galuh, vol. 2, no. 2, p. 175, Sep. 2020, doi: 10.25157/ag.v2i2.4101.

[13] F. Ombong and I. R. N. Salindeho, "Aplikasi teknologi bioflok (BFT) pada kultur ikan nila, Oreochromis niloticus) (Application of biofloc technology (BFT) in the culture of Nile tilapia, Oreochromis niloticus)," 2016.

[14] D. J. Bland and A. Osterwalder, Testing Business Ideas. WILEY, 2021.