

Kumawula, Vol.6, No.2, Agustus 2023, Hal 309 – 315

DOI: <https://doi.org/10.24198/kumawula.v6i2.42504>

ISSN 2620-844X (online)

ISSN 2809-8498 (cetak)

Tersedia online di <http://jurnal.unpad.ac.id/kumawula/index>

DESAIN BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) PADA KELOMPOK KERAMBA BAMBU DI KOTA BANDUNG

Fanji Wijaya^{1*}, Ridlwan Muttaqin², Andhika Mochamad Siddiq³

^{1,2,3}Universitas Indonesia Membangun

*Korespondensi : fanji.wijaya@inaba.ac.id

ABSTRACT

The city of Bandung is a densely populated residential area. There is 1 (one) group of residents who use the Cikatak River land in the Sukajadi District to cultivate Carp (Cyprinus Carpio). This group is called Paguyuban Karamba Barokah. The current condition of the Barokah Karamba Community in the process of carp cultivation has difficulty finding alternatives or business frameworks to improve the quality and quantity of carp production. Researchers made a business plan design using a business model canvas in community service activities. Barokah Karamba Community can receive benefits from an economic perspective. This is considered reasonable if you look at the contribution of the Barokah Karamba Community to the environment. The Community will manage the flow of the river and clean the river so the carp will have good habitat, and this will give a good impact on the society. Garbage will always be cleaned every day and water quality will be even better. It has a lot of economic potential for the Barokah Karamba Community if it can be implemented properly with comprehensive and sustainable development.

Keywords : *Business Model Canvas, Business Development, Fish Farmers*

ABSTRAK

Kota Bandung merupakan pemukiman padat penduduk. Terdapat 1 (satu) kelompok penduduk yang memanfaatkan lahan sungai cikatak di Kecamatan Sukajadi untuk budidaya Ikan Mas (*cyprinus carpio*), kelompok tersebut bernama Paguyuban Karamba Barokah. Kondisi saat ini Paguyuban Karamba Barokah dalam proses budidaya ikan mas mempunyai kesulitan mencari alternatif atau kerangka bisnis untuk meningkatkan kualitas maupun kuantitas produksi ikan mas. Dalam kegiatan pengabdian masyarakat peneliti merumuskan design strategi business plan menggunakan business model canvas. Kelompok Keramba Barokah ini bisa mendapatkan benefit dari segi ekonomi. Hal ini dirasa wajar jika melihat dari kontribusi Kelompok Keramba Barokah baik dari segi lingkungan. Dari segi lingkungan dengan adanya keramba maka sungai akan dirawat dan dijaga. Sampah akan selalu dibersihkan setiap hari dan kualitas air akan menjadi lebih baik lagi. Potensi Ekonomi yang dimiliki oleh Kelompok Keramba Barokah sangat bagus apabila dapat dilaksanakan dengan baik serta perlu adanya pengembangan yang secara komprehensif dan berkelanjutan.

RIWAYAT ARTIKEL

Diserahkan : 20/10/2022

Diterima : 27/03/2023

Dipublikasikan : 12/08/2023

Kata Kunci : Bisnis Model Canvas, Pengembangan Bisnis, Petani Ikan.

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki peran penting dalam sektor perikanan. Pembangunan budidaya perikanan harus dikelola dengan baik. Pembangunan harus diarahkan kedalam pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable fisheries*) berorientasi pada tiga dimensi keberlanjutan, yaitu: keberlanjutan usaha ekonomi (*profit*), keberlanjutan kehidupan sosial manusia (*people*), keberlanjutan ekologi alam (*planet*) (Ginting, Nainggolan, & Siahaan, 2017).

Kemiskinan dan keterbatasan petani memiliki korelasi dengan sistem pertanian di Indonesia. Hubungan ini jelas menyatakan bahawa lebih dari 60% populasi di Indonesia hidup di sektor pertanian dengan berpenghasilan rendah. Kelompok harus menjadi pusat perkembangan dan investasi pertanian melalui program dan peran petani (Furqon, Sultan, & Wijaya, 2019)

Kota Bandung merupakan pemukiman padat penduduk yang harus didukung oleh kesadaran masyarakat untuk mengembangkan kualitas sosial, ekonomi, dan budaya. Terdapat 1 (satu) kelompok penduduk yang memanfaatkan lahan sungai cikatak di Kecamatan Sukajadi untuk berbudidaya ikan mas, kelompok tersebut bernama Paguyuban Keramba Barokah

Paguyuban Keramba Barokah terdiri dari 25 (dua puluh lima) orang anggota berlatar belakang pensiunan baik pensiunan pegawai negeri maupun pensiunan pegawai swasta serta pegawai pabrik dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan. Selain beternak ikan mas jumbo kelompok ini aktif membersihkan sampah yang mengalir di sungai cikatak Kecamatan Sukajadi Kota Bandung.

Sampah merupakan permasalahan yang ada saat ini tetapi tidak hanya sampah permasalahan kualitas air harus diperbaiki dengan baik dalam mengoptimalkan kegunaan suatu lahan untuk berbudidaya ikan (Darwis, Mudeng, & N. J. Londong, 2019)

Paguyuban Keramba Barokah mempunyai ciri khas berbudidaya ikan mas dengan ukuran jumbo dan berat 1 ekor mulai dari 2 (dua) kg sampai 5 (lima) kg dengan varian ikan mas dominan berwarna orange atau warna menyala, saat ini paguyuban keramba barokah mempunyai 60 kotak keramba terbuat dari bambu dengan masa umur keramba rata-rata 7 (tujuh) tahun, setiap kotak keramba rata-rata berisi 50 (lima puluh) kg dengan ukuran kotak keramba rata-rata 1,5 meter dikali 2 meter².



Gambar 1: Situasi Keramba Barokah (Sumber: Dokumentasi Tim, 2021)

Mitra PKM ini adalah “Paguyuban Keramba Barokah” pembudidaya ikan dengan menggunakan bambu berbentuk persegi panjang berukuran 1,5m s/d 2,5m², berat ikan mas rata-rata berukuran 2 kg/ ekor dengan dibudidayakan di keramba bambu sungai arus deras. Namun dengan keterbatasan-keterbatasan yang ada pada kelompok ini menjadi kendala dalam beradaptasi terhadap suatu perubahan.



**Gambar 2: Pengurus Inti Kelompok
(Sumber: Dokumentasi Tim, 2021)**

Ikan Mas (*cyprinus carpio*) merupakan salah satu komoditi ikan air tawar yang perkembangannya sangat pesat setiap tahun dan banyak disukai oleh masyarakat karena rasa dagingnya yang enak, gurih, serta mengandung protein yang cukup tinggi (Limbong & Limbong, 2018). Dalam berbudidaya ikan mas harus dilakukan pengontrolan kolam ikan secara intensif agar lingkungan kolam tetap terjaga (Maulana & Julianto, 2017).

Aktivitas budidaya ikan dengan sistem keramba membuang sisa pakan yang ikan cukup besar terhadap lingkungan perairan (Ardi, 2013). Sejalan dengan hasil penelitian (Sabrina, Ndobe, Tis, & Tobigo, 2018). Budidaya ikan dengan penebaran dan pemberian dosis pakan yang banyak akan mengakibatkan penurunan kualitas air.

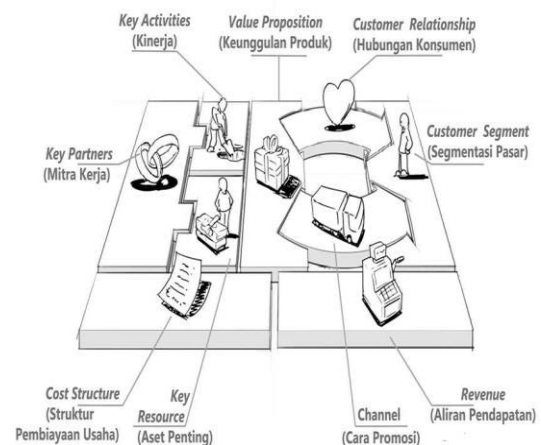
Lumentut & Hartati, 2015 menyampaikan bahwa faktor finansial dan lingkungan perairan dapat membantu petani budidaya ikan. Sejalan dengan kondisi keramba barokah yang berbudidaya ikan mas di sungai air deras.

Ikan merupakan sumber protein maka harus dirancang dengan perumusan strategi budidaya ikan yang baik tanpa merusak lingkungan. Permasalahan yang dihadapi Kelompok keramba barokah adalah belum adanya business plan yang terarah bukan hanya mengandalkan hobi atau kesenangan tapi harus didukung dengan optimalisasi pemasaran.

Melihat permasalahan - permasalahan tersebut diatas maka perlu adanya kaji tindak (action riset) untuk mendapatkan solusi model/strategi adaptasi kelompok yang bertujuan meningkatkan taraf hidup

masyarakat. Perumusan sebuah strategi harus dengan mempertimbangkan yang baik, dengan mengamati terlebih dahulu dan selanjutnya melakukan perumusan terhadap apa saja yang nantinya dapat menjadi sebuah keunggulan bersaing (Wijaya & Sultan, 2019).

Business Model Canvas (BMC) ialah alat perencanaan bisnis yang menggambarkan, memberikan, dan menciptakan nilai (Osterwalder, Pigneur, Smith, & Movement, 2010)



**Gambar 3: Business Model Canvas
(Sumber: Pigneur, 2017)**

Terdapat sembilan bagian pada *Business Model Canvas*: *customer segments*, *Value Propositions*, *Channel*, *Customer Relationship*, *Revenue Streams*, *Key Resources*, *Key Activities*, *Key Partnership*, dan *Cost Structure* (Pigneur, 2017). Kemudian dibagi menjadi dua sisi yaitu sisi kiri (*logika*) dan sisi kanan (*kreatifitas*) (Pigneur, 2017).

Tujuan kegiatan pengabdian pada kelompok keramba ikan mas di air deras ini yaitu memberikan masukan untuk merumuskan strategi bersama guna mengembangkan bisnis pada Kelompok Keramba Ikan Mas menggunakan *Business Model Canvas*

METODE

Metode penelitian pada kelompok keramba barokah dilaksanakan pada beberapa tahap, tahap pertama adalah potret keadaan *eksisting* saat ini: tahapan ini bertujuan untuk menggambarkan kondisi nyata atau *riil* secara

eksisting; tahap kedua adalah mengkonfirmasi kepada pihak dan pelaku usaha kelompok keramba barokah untuk menyampaikan hasil observasi; tahap ketiga adalah proses perancangan atau desain bisnis model canvas dengan melakukan presentasi dan diskusi dengan mengundang seluruh anggota kelompok keramba barokah; tahap keempat adalah mengevaluasi, kegiatan dengan melakukan tanya jawab *feedback* dari gambaran bisnis model canvas pada kelompok keramba barokah



Gambar 4: Tahapan Metodologi Pelaksanaan

(Sumber: Perancangan Tim, 2021)

Perancangan BMC sebagai dasar dalam pelatihan proses bisnis di kelompok keramba barokah sungai air deras.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pokok bahasan pada kasus ini memfokuskan mengenai:

1. Pemaparan Potensi Ekonomi dari Keramba;
2. Pemaparan Bisnis Model Canvas.

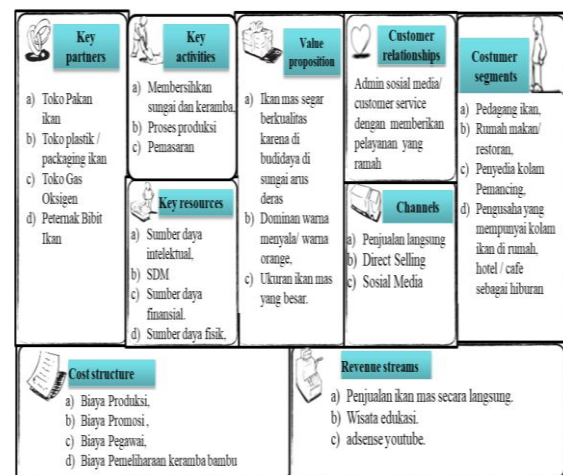


Gambar 5: PKM pada Kelompok Keramba Barokah

(Sumber: Dokumentasi Tim, 2021)

Hasil pengabdian kepada masyarakat mengenai pembahasan potensi ekonomi pemetaan BMC pada Kelompok Keramba Barokah. Dari hasil diskusi dapat diambil beberapa poin bahwa keramba ini berawal dari hobi dan tidak ada sedikitpun terbesit untuk mengkomersilkan hasil olahan kerambanya. Namun dengan berjalannya waktu adanya permintaan terhadap ikan keramba menyadarkan Kelompok Keramba Barokah bahwa sudah saatnya potensi ekonomi ini dikembangkan ke arah yang lebih serius.

Pemaparan selanjutnya adalah mengenai bisnis model canvas. Dari bisnis model canvas dapat diambil kesimpulan bahwa masih adanya beberapa elemen yang perlu dioptimalkan seperti *channel* dan marketing yang memang menjadi salah satu kendala. Berikut desain bisnis model canvas pada kelompok keramba ikan barokah hasil perumusan bersama setiap elemen menggunakan teknik analisis swot (*strengths*, *weakness*, *opportunities*, dan *threats*):



Gambar 6: BMC pada Kelompok Keramba Barokah

(Sumber: Data telah diolah, 2021)

Berikut Desain bisnis model canvas hasil perumusan bersama peneliti dengan kelompok keramba ikan barokah:

1. Customer Segment

Pada blok ini diisi target *segment customer* Kelompok keramba barokah yang akan dilayani. *Customer* adalah sentral dari suatu bisnis yang memberikan keuntungan bagi kelompok. Adapun target pelanggan pada

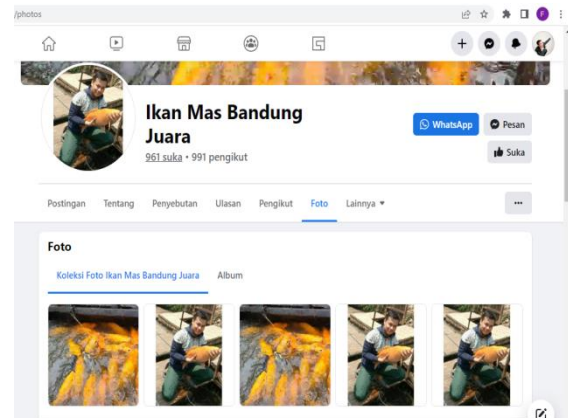
kelompok keramba yaitu a) pedagang ikan mengingat ikan menjadi kebutuhan masyarakat setiap hari ini merupakan pasar sasaran yang sangat luas, b) potensi selanjutnya suplai ke tempat-tempat rumah makan atau restoran, c) Khusus di Kota Bandung banyak penyedia kolam pancing Kelompok keramba bisa menjual ikan ke kolam pancing mengingat ketahanan ikan mas yang dihasilkan oleh Kelompok Keramba sangat baik kondisi ikan yang terbiasa melawan arus sungai menjadikan ikan lebih kuat, d) Pengusaha yang mempunyai kolam ikan di rumah, hotel / cafe sebagai hiburan

2. Value Proposition

Pembentukan nilai dibangun dari produk atau jasa yang inovatif agar menampilkan sesuatu yang baru atau berbeda. Adapun *value proposition* pada kelompok keramba adalah a) Ikan mas segar berkualitas karena di budidaya di sungai arus deras sehingga ikan terbiasa dengan arus yang teras ketahanan ikan semakin baik, b) Menjadi ciri khas dari Kelompok Keramba Ikan dengan didominasi warna menyala/warna *orange*, c) Ukuran ikan mas yang besar mencari ciri khas ikan keramba untuk di budidaya kembali menjadi ikan hias yang menghiasi kolam di rumah.

3. Channel

Merupakan media dalam melakukan komunikasi untuk menggapai para pelanggan agar nilai-nilai yang dimiliki dapat tersampaikan. *Channel* dapat berupa informasi, komunikasi atau jalur distribusi penjualan serta dapat memberikan suatu kemudahan bagi pelanggan untuk mengetahui informasi produk atau jasa tersebut.. Adapun channel pada Kelompok keramba yaitu a) Penjualan langsung ke pasar-pasar atau ke kolam pemancing ikan, b) Diera teknologi saat ini sosial media menjadikan kewajiban dalam pemasaran menginga konsumen sebelum mengkonsumsi produk mengkonsumsi konten dulu melalui sosial media.



Gambar 7: Implementasi Pembuatan Akun Media Sosial Facebook
(Sumber: Dokumentasi, 2022)

4. Customer Relationship

Hubungan pelanggan mendefinisikan bagaimana menjaga hubungan bisnis dengan calon customer yang menjadi target perusahaan. *Customer relationship* Kelompok keramba ialah dengan adanya *customer service* atau staf media sosial untuk aktif berkomunikasi via media sosial dengan memberikan pelayanan yang baik dan ramah.

5. Revenue Stream

Bagian ini membahas mengenai pendapatan yang dihasilkan oleh perusahaan. Adapun *revenue stream* pada Kelompok keramba adalah a) Penjualan ikan mas secara langsung, b) Wisata edukasi peternakan ikan di keramba bambu, sangat jarang terjadi di Indonesia sendiri yang biasanya peternak ikan di danau menggunakan jaring apung, c) *AdSense youtube* program dari google yang memungkinkan Kelompok Keramba membuat konten kreator dalam mengedukasi budidaya ikan mas jumbo di aplikasi youtube untuk menerima pendapatan.

6. Key Resources

Bagian ini membahas mengenai beberapa sumber daya yang penting untuk dimanfaatkan agar suatu bisnis model dapat bekerja. Adapun *key resources* pada Kelompok keramba adalah a) sumber daya intelektual sumber daya informasi mengenai pengetahuan yang berfungsi untuk meningkatkan kemampuan bersaing serta dapat meningkatkan kinerja, b) sumber daya manusia yang handal terlatih berorientasi masa depan, c) sumber

daya finansial sangat dibutuhkan mengingat kelompok keramba ini belum optimal dalam penjualan. d) sumber daya fisik untuk mengelola hasil panen ikan, pengolahan ikan menjadi produk yang kreatif serta *marketable*.

7. Key Activities

Bagian ini membahas mengenai aktivitas utama untuk membuat atau membangun *value proposition*, ekspansi pasar, menjaga hubungan dan memperoleh pendapatan. Adapun *key activities* pada kelompok keramba adalah a) Membersihkan sungai dari sampah-sampah yang mengalir di hulu sampai hilir serta merawat kebersihan keramba, b) Proses beternak ikan mulai memilih bibit yang unggul memberikan pakan ikan yang baik untuk pertumbuhan budidaya ikan dan c) Pemasaran merupakan hal yang sangat penting mengingat kelompok keramba ikan ini sangat kurang dalam memasarkan produknya.

8. Key Partnership

Blok ini membahas mengenai jaringan pemasok dan rekanan agar dapat menjalankan operasional bisnisnya. Adapun *key partnership* pada Kelompok keramba adalah a) Bermitra dengan toko pakan ikan karena pakan ikan sangat dibutuhkan untuk keberlangsungan budidaya ikan mas, b) bermitra dengan toko plastik/packing ikan untuk proses pengiriman ikan bisa menggunakan plastik yang diberi oksigen agar ikan tahan dalam perjalanan ke tempat baru, c) Toko gas oksigen untuk mengisi oksigen dalam packaging penjualan, d) Kunci proses budidaya ikan mas yang baik bermula dari bibit ikan yang sehat, baik untuk dibudidayakan.

9. Cost Structure

Blok ini membahas mengenai biaya yang dikeluarkan untuk menjalankan bisnis. Adapun *cost structure* pada Kelompok keramba adalah a) biaya produksi mencakup biaya pembelian bibit, biaya pakan ikan, b) biaya promosi bisa melalui media social dengan menggunakan iklan, c) biaya untuk tenaga kerja atau pegawai yang ikut membantu dalam proses budidaya ikan mas, d) biaya *maintenance* peralatan salah satunya apabila ada kerusakan

pada kerambu bambu atau penggantian bamboo lama ke bambu yang baru.

SIMPULAN

Kelompok Keramba Barokah ini bisa mendapatkan benefit dari segi ekonomi. Hal ini dirasa wajar jika melihat dari kontribusi Kelompok Keramba Barokah baik dari segi lingkungan. Dari segi lingkungan dengan adanya keramba maka sungai akan dirawat dan dijaga. Sampah akan selalu dibersihkan setiap hari dan kualitas air akan menjadi lebih baik lagi.

Potensi Ekonomi yang dimiliki oleh Kelompok Keramba Barokah sangat bagus apabila dapat dilaksanakan dengan baik serta perlu adanya pengembangan yang secara komprehensif dan berkelanjutan.

Rekomendasi hasil pengabdian kepada masyarakat ini mengenai perumusan design strategi business plan menggunakan business model canvas sangat baik untuk segera direalisasikan tahapan - tahapan nya oleh Kelompok Keramba Barokah agar kedepannya proses bisnis budidaya ikan keramba menjadi lebih berpola terorganisir setiap proses bisnisnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada Universitas Indonesia Membangun (INABA), yang telah memfasilitasi dan mendanai penelitian dari awal hingga selesai.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardi, I. (2013). Budidaya ikan sistem keramba jaring apung guna menjaga keberlanjutan lingkungan perairan waduk cirata. *Pusat Riset Perikanan, Badan Riset Dan Sumber Daya Manusia Kelautan Dan Perikanan*, 8(1), 8. Retrieved from <http://ejournal-balitbang.kkp.go.id/index.php/ma/article/view/358/361>
- Darwis, Mudeng, J. D., & N. J. Londong, S. (2019). Budidaya ikan mas (*Cyprinus carpio*) sistem akuaponik dengan padat

- penebaran berbeda. *E-Jurnal Budidaya Perairan*, 7(2), 15–21. Retrieved from <https://doi.org/10.35800/bdp.7.2.2019.24148>
- Furqon, C., Sultan, M. A., & Wijaya, F. (2019). Business Development of Coffee Farmers Group Using Triple Layered Business Model Canvas. *Journal Of Business and Economics Review*, 4(4), 163–170. Retrieved from www.gatrepreneur.com/GATRJournal/index.html
- Ginting, A. B., Nainggolan, H. L., & Siahaan, G. P. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Sentra Produksi Komoditi Kopi Di Kabupaten Humbang Hasundutan. *Agrisep*, 11.
- Limbong, T., & Limbong, R. (2018). Implementasi Metode Simple Additive Weighting Dalam Pemilihan Bibit Untuk Budidaya Ikan Mas. *Jurnal Teknik Informatika Kaputama (JTIK)*, 2(1), 8. Retrieved from <http://jurnal.kaputama.ac.id/index.php/JTIK/article/view/102>
- Lumentut, H. B., & Hartati, S. (2015). Sistem Pendukung Keputusan untuk Memilih Budidaya Ikan Air Tawar Menggunakan AF-TOPSIS. *Indonesian Journal of Computing and Cybernetics Systems*, 9(2), 10. Retrieved from <https://doi.org/10.22146/ijccs.7548>
- Maulana, H., & Julianto, A. M. (2017). Pembangunan Sistem Smartfishing Berbasis Internet of Things (Studi Kasus di Peternakan Ikan Cahaya Ikan Mas , Majalaya). *Prosiding Seminar Nasional Komputer Dan Informatika*, 1–2, 169–174. Retrieved from [http://www.senaski.unikom.ac.id/prosiding-file/169-174 hanhan maulana dkk 6 hal.pdf](http://www.senaski.unikom.ac.id/prosiding-file/169-174%20hanhan%20maulana%20dkk%206%20hal.pdf)
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Smith, A., & Movement, T. (2010). *Business Models Generation, A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. www.wiley.com.
- Pigneur, A. O. dan Y. (2017). *Business Model Generation*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Sabrina, Ndobe, S., Tis, M., & Tobigo, D. T. (2018). Pertumbuhan Benih Ikan Mas (Cyprinus carpio) Pada Media Biofilter Berbeda [Growth of Carp (Cyprinus carpio) Seed With Different Biofiltering Media]. *Jurnal Penyuluhan Perikanan Dan Kelautan*, 12(3), 215–224. Retrieved from <https://doi.org/10.33378/jppik.v12i3.111>
- Wijaya, F., & Sultan, M. A. (2019). Formulasi Perancangan Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Analisis SWOT dan Business Model Canvas. *Jurnal Ilmu Manajemen & Bisnis*, 10(2), 205–211. <https://doi.org/https://doi.org/10.17509/jimb.v10i2.15308>