

Model Pengembangan Bisnis Pukat Cincin Skala Kecil Berkelanjutan Pada KM Pricilia di Desa Latta, Kota Ambon

Sustainable Small-Scale Purse Seine Business Development Model at KM Pricilia
in Latta Village, Ambon City

**Simon Marsholl Picaulima^{1*}, Meyske Angel Rahantoknam¹, Sona Sonia
Renew¹, Baleta Jamlean¹, Sandra Yani Rettob¹, Samad Sarluf¹, Aditiya
Bakri¹**

¹Program Studi Agribisnis Perikanan, Jurusan Teknologi Hasil Perikanan, POLIKANT,
Maluku Tenggara, 97611, Indonesia

*Korespondensi: spicaulima@yahoo.com

ABSTRAK

Bisnis pukat cincin skala kecil pada KM Priscilia di Desa Latta Kota Ambon sejak didirikan pada tahun 2002 sampai saat ini masih belum bisa berkembang pesat, karena kurangnya edukasi serta implementasi yang menghasilkan sebuah strategi pengembangan bisnis yang dapat diterapkan, sedangkan jumlah armada pukat cincin skala kecil di Kota Ambon sejak tahun 2017 hingga saat ini terus mengalami peningkatan. Oleh karena itu, Bisnis pukat cincin skala kecil pada KM Priscilia harus memperbaiki model strategi pengembangan bisnis yang ada saat ini untuk keberlanjutan usaha tersebut. Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi model bisnis pukat cincin skala kecil saat ini, mengevaluasi dan merancang model strategi pengembangan bisnis baru dan berkelanjutan. Penelitian ini dilakukan pada bulan November 2022 hingga Februari 2023 dengan pendekatan studi kasus pada bisnis pukat cincin skala kecil KM Priscilia di Desa Latta. Analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yaitu *Business Model Canvas* (BMC) dan analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model bisnis pada KM Priscilia saat ini berdasarkan analisis sembilan elemen bisnis model kanvas masih perlu perbaikan, dan hasil analisis SWOT menghasilkan alternatif strategi pengembangan SO ada 3, WO ada 4, ST ada 4 dan WT ada 3 sebagai dasar penyusunan keempat prototype model bisnis kanvas KM Priscilia yang berkelanjutan.

Kata kunci: Berkelanjutan; Pengembangan; Pukat cincin; Skala kecil.

ABSTRACT

The small-scale purse seine business at KM Priscilia in Latta Village, Ambon City since its establishment in 2002 until now has not been able to grow rapidly, due to the lack of education and implementation that results in a business development strategy that can be applied, while the number of small-scale purse seine fleets in Ambon City since 2017 until now continues to increase. Therefore, the small-scale purse seine business at KM Priscilia must improve the current business development strategy model for the sustainability of the business. The purpose of this study is to identify the current small-scale purse seine business model and evaluate and design new and sustainable business development strategy models. This research was conducted from November 2022 to February 2023 with a case study approach on KM Priscilia's small-scale purse seine business in Latta Village. The data analysis used is qualitative descriptive, namely Business Model Canvas (BMC) and SWOT analysis. The results of this study show that the current business model at KM Priscilia based on the analysis of the nine elements of the business model canvas still needs improvement, and the results of the SWOT analysis produce

alternative development strategies for SO there are 3, WO there are 4, ST there are 4 and WT there are 3 as the basis for the preparation of the four prototypes of KM Priscilia's sustainable business canvas business model.

Keywords: Development; Purse seine; Small scale; Sustainable;

PENDAHULUAN

Usaha perikanan tangkap adalah suatu kegiatan produksi yang menggunakan faktor produksi nelayan, kapal, alat tangkap untuk memanfaatkan ketersediaan sumber daya ikan untuk kepentingan ekonomi (Susanto, Kaidati, & Karman, 2021; Picaulima, Ngangun, Labetubun, Elwuar, & Farneubun, 2022). Usaha perikanan tangkap yang telah lama berkembang di perairan Kota Ambon adalah usaha perikanan pukat cincin dengan kapasitas 8-24 GT (*Gross tonnage*) (Polhaupessy, Waileruny, Matruty, Souisa, & Kemhay, 2019). Oleh karena itu, pukat cincin atau oleh nelayan pesisir Kota Ambon dikenal dengan nama mini *purse seine* merupakan usaha perikanan tangkap skala kecil yang memiliki peluang untuk dikembangkan, karena usaha perikanan tersebut sangat berkontribusi dalam meningkatkan volume produksi dan pendapatan usaha perikanan terutama ikan pelagis kecil di Kota Ambon. Kebijakan pemerintah Provinsi Maluku untuk meningkatkan produksi, pendapatan dan kesejahteraan nelayan kecil membuat peluang usaha pukat cincin skala kecil semakin terbuka lebar, hal ini dimanfaatkan dengan baik oleh nelayan kecil dengan menambah jumlah alat tangkap tersebut dari tahun ke tahun. Jumlah alat tangkap pukat cincin skala kecil terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan sejak tahun 2017 berjumlah 79 unit hingga tahun 2021 berjumlah 89 unit (BPS Kota Ambon, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa dalam kurun waktu 5 tahun jumlah usaha perikanan tangkap pukat cincin skala kecil di Kota Ambon meningkat 10 unit alat tangkap dengan peningkatan rata-rata 2 unit alat tangkap pertahun. Peningkatan alat tangkap tersebut karena tujuan penangkapan tidak hanya pada aspek produksi saja melainkan juga pada aspek

ekonomi yakni keuntungan (Polhaupessy, 2020). Saat ini terdapat 7 unit penangkapan pukat cincin skala kecil di Kecamatan Teluk Ambon Baguala dan salah satunya adalah KM Priscilia (Pattipeilohy & Talakua, 2019). Peningkatan usaha perikanan tangkap pukat cincin skala kecil tanpa dibatasi oleh pihak pengelola perikanan bila dilihat dari sisi bisnis perikanan tangkap akan berdampak pada kompetisi bisnis perikanan pukat cincin skala kecil dari tahun ke tahun seiring penambahan jumlah armada penangkapan tersebut.

Usaha pukat cincin skala kecil merupakan salah satu mata pencaharian utama nelayan kecil yang bertempat tinggal di wilayah pesisir Desa Latta Kota Ambon. Oleh karena itu, dengan meningkatnya jumlah armada pukat cincin skala kecil di Kota Ambon akan berdampak terhadap intensitas persaingan bisnis perikanan tangkap tersebut di Desa Latta dengan usaha perikanan tangkap yang sama di perairan Kota Ambon. Salah satu armada pukat cincin skala kecil yang masih beroperasi sampai saat ini di Desa Latta adalah armada KM Priscilia dengan kapasitas 9 GT. Usaha perikanan tangkap ini didirikan pada tahun 2002 menggunakan modal sendiri. Bisnis perikanan tangkap tersebut sampai saat ini masih belum bisa berkembang pesat, hal ini disebabkan oleh kurangnya edukasi serta implementasi yang menghasilkan sebuah strategi pengembangan bisnis yang dapat diterapkan, selain terbatasnya sumberdaya manusia, harga ikan yang tidak stabil dan minimnya modal sangat mempengaruhi perkembangan usaha ini. Oleh karena itu, melihat prospek bisnis perikanan tangkap tersebut ke depan yang cukup menjanjikan dan tingginya persaingan serta berbagai permasalahan yang dihadapi, maka bisnis perikanan tangkap KM Priscilia perlu memperbaiki model bisnis yang selama ini dijalankan

agar bisnis perikanan tangkap tersebut berkelanjutan. Perusahaan yang ingin meningkatkan keberlangsungan usahanya harus mengubah model bisnisnya (Freund, 2009; Wardono, Rahadian, & Tajerin, 2017).

Pengembangan bisnis merupakan rencana strategi untuk mencapai tujuan perusahaan di masa depan (Putra & Prabawani, 2021). Tujuan setiap perusahaan di masa depan adalah memperoleh keuntungan yang maksimal, untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan dimasa depan maka perusahaan harus bersaing menawarkan produk unggulannya (Hofifah, 2020). Oleh karena itu, setiap bisnis harus mempunyai model pengembangan bisnis yang tepat agar mampu bersaing dengan bisnis lainnya, untuk menghasilkan model pengembangan bisnis pukat cincin yang kompetitif dan berdaya saing pada KM Priscilia, maka seorang pelaku usaha harus dapat melakukan pemetaan terhadap kondisi bisnis saat ini (Awaludin, 2021), hal tersebut dilakukan agar dapat membantu usaha perikanan tersebut untuk memahami aspek bisnis dan model yang sedang berjalan saat ini sehingga informasi tersebut dapat digunakan sebagai bahan evaluasi untuk mengetahui keunggulan bersaing yang ada pada usaha yang sedang dijalankan dan menentukan arah gerak usaha tersebut kedepan. Pada saat yang bersamaan langkah yang perlu dilakukan oleh seorang pelaku usaha agar dapat bersaing dan berkembang adalah menciptakan strategi-strategi yang baru (Herawati, Lindriati, & Suryaningrat, 2019). Strategi baru dapat diciptakan bersamaan berdasarkan hasil pemetaan bisnis tersebut dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang dan meminimalkan kelemahan dan ancaman sekaligus sebagai acuan untuk merubah atau menambah model bisnis yang diterapkan sekarang pada bisnis pukat cincin KM Priscilia sehingga kedepannya dapat menentukan strategi apa yang tepat untuk diterapkan, karena itu kajian model pengembangan bisnis perikanan pukat cincin skala kecil pada KM Priscilia yang berkelanjutan dengan kombinasi antara

analisis *Business Model Canvas* (BMC) dan analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats* (SWOT) sangat penting dilakukan. Penelitian model pengembangan bisnis perikanan yang menggunakan pendekatan BMC dan SWOT sebelumnya telah dilakukan pada bisnis pengolahan tuna di PT Pahala Bahari Nusantara (Somantri, Gun Gumelar Satria & Iskandar, 2018); perusahaan pengolah rumput laut (Mahdi & Baga, 2018); bisnis budidaya perikanan air tawar di KNM Fish Farm (Solihah, Hubeis, & Maulana, 2014); bisnis budidaya ikan hias industri kecil di Gantra Betta Fish (Mahendra & Asmawi, 2022); pengelolaan hasil tangkap ikan masyarakat pesisir Kabupaten Pasuruan (Mas'ud & Wahid, 2020); pengembangan bisnis indofishery (Putra & Prabawani, 2021). Berdasarkan hasil kajian yang telah dilakukan sebelumnya, terkait dengan model pengembangan usaha perikanan tangkap berkelanjutan yang dimulai dengan pemetaan kondisi eksisting suatu usaha yang dilanjutkan dengan kajian aspek internal dan eksternal untuk menghasilkan model bisnis baru yang mampu bersaing merebut pasar dan sumberdaya ikan di perairan Kota Ambon yang berdampak terhadap keberlanjutan bisnis pukat cincin skala kecil KM Priscilia dimasa depan, maka peneliti sangat tertarik untuk menerapkan kombinasi konsep BMC dan SWOT untuk menghasilkan model pengembangan bisnis pukat cincin skala kecil yang berkelanjutan. Sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi model bisnis pukat cincin skala kecil pada KM Priscilia saat ini, mengevaluasi dan merancang model strategi pengembangan bisnis baru dan berkelanjutan. Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan informasi bagi pelaku usaha pukat cincin skala kecil KM Priscilia, Dinas Perikanan dan Kelautan pemerintah Provinsi Maluku dan Kota Ambon dalam membuat strategi dan kebijakan untuk mengembangkan bisnis perikanan tangkap pukat cincin skala kecil yang berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di bisnis perikanan tangkap pukat cincin skala kecil KM Priscilia, di Desa Latta, Kecamatan Teluk Ambon Baguala, Kota Ambon. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November 2022 hingga Februari 2023.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Jenis data primer meliputi struktur perusahaan, sumberdaya perusahaan, budaya perusahaan, segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran, hubungan dengan pelanggan, arus pendapatan, sumber daya utama, aktivitas kunci, kemitraan utama, serta struktur biaya perusahaan, data primer tersebut bersumber dari internal usaha pukat cincin pukat cincin KM Priscilia sedangkan data eksternal meliputi data kekuatan pasar, kekuatan industri, tren-tren kunci, dan kekuatan ekonomi makro. Data sekunder bersumber dari beberapa literatur yakni buku, majalah, surat kabar, jurnal maupun laporan hasil penelitian terdahulu, internet serta data dari instansi terkait seperti Dinas Kelautan dan Perikanan yang sangat relevan dengan penelitian ini.

Pengumpulan Data

Penelitian ini adalah studi kasus pada usaha perikanan pukat cincin KM Priscilia. Pengumpulan data yang dilakukan pada Elemen *Business Model Canvas* (BMC) dan SWOT. Data yang dikumpulkan menggunakan metode wawancara untuk menggali informasi tentang usaha pukat cincin KM Priscilia dengan menggunakan kuesioner, metode observasi untuk mengetahui aktivitas dalam bisnis pukat cincin KM Priscilia dan studi dokumentasi serta literatur untuk pengumpulan data sekunder, karena itu subjek penelitian ini adalah informan. Informan adalah seseorang yang dapat memberikan informasi tentang data dan informasi yang dibutuhkan oleh seorang

peneliti, penentuan informan menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive Sampling* artinya informan dipilih secara sengaja apabila telah memenuhi karakteristik tertentu (Kurniawan & Sarno, 2023). Informan dalam penelitian ini dipilih berdasarkan pertimbangan bahwa informan tersebut mengetahui kondisi bisnis dan berperan penting dalam aspek keuangan, organisasi, sumberdaya manusia, pemasaran dan manajemen bisnis pukat cincin skala kecil KM Priscilia. Informan yang terpilih adalah pemilik usaha sebagai penanggung jawab keuangan, pemasaran dan produksi, informan lainnya adalah *fishing master*, juru mesin dan nelayan buruh pada usaha pukat cincin KM Priscilia.

Data yang dikumpulkan untuk sembilan elemen *business model canvas* meliputi: 1. *Customer segment* (CS), yaitu segmen target *customer* dari produksi pukat cincin KM Priscilia, 2. *Value proposition* (VP), yaitu kebutuhan *customer* yang telah diidentifikasi pada *customer segment*, 3. *Channel* (CH), yaitu cara yang dilakukan usaha pukat cincin KM Priscilia untuk menjangkau *customer* 4. *Customer relationship* (CR), yaitu mendefinisikan hubungan antara usaha pukat cincin KM Priscilia dengan *customer*, 5. *Key resource* (KR) adalah sumber daya utama yang menjadi asset terpenting pada usaha pukat cincin KM Priscilia, 6. *Key activities* (KA) adalah kegiatan utama usaha pukat cincin KM Priscilia, 7. *Key partners* (KP) adalah kunci kemitraan usaha pukat cincin KM Priscilia dan mitra, 8. *Cost structure* (CR) adalah gambaran struktur biaya yang dikeluarkan dalam menjalankan usaha pukat cincin KM Priscilia, 9. *Revenue stream* (RS) yaitu representasi penerimaan uang yang diterima dalam usaha pukat cincin KM Priscilia dari setiap *customer segment*.

Data yang dikumpulkan dalam lingkungan internal usaha pukat cincin KM Priscilia dari sisi kekuatan dan kelemahan terdiri dari struktur

perusahaan, sumberdaya perusahaan, serta budaya perusahaan. Faktor sumberdaya perusahaan meliputi pemasaran, keuangan, operasi (manufaktur ataupun jasa), penelitian dan pengembangan serta manajemen sumber daya manusia dan sistem informasi yang ada pada perusahaan dan 9 elemen pada *business model canvas* termasuk dalam lingkungan internal. Lingkungan eksternal dari sisi peluang dan ancaman dalam usaha pukat cincin KM Priscilia yang berhubungan dengan *business model canvas* meliputi 1) Kekuatan industri yakni pemasok dan pelaku nilai lainnya, stakeholder, pesaing, pemain baru, dan produk dan jasa pengganti. 2) Tren kunci yakni tren regulasi, tren teknologi, tren masyarakat dan budaya, dan tren sosio ekonomi. 3) Kekuatan pasar yakni segmen pasar, kebutuhan dan permintaan, isu-isu pasar, biaya berpindah, dan daya pikat pendapatan. 4) Kekuatan ekonomi makro yang meliputi kondisi pasar global, pasar modal, infrastruktur ekonomi, dan komoditas dan sumber daya lain.

Analisis Data

Model pengembangan bisnis pukat cincin skala kecil yang berkelanjutan dihasilkan menggunakan metode analisis data deskriptif kualitatif. Analisis ini terdiri atas tiga tahap, yaitu:

Analisis Business Model Canvas (BMC)

Data kondisi eksisting bisnis pukat cincin skala kecil KM Priscilia yang diperoleh melalui hasil wawancara dengan pihak internal, observasi langsung dan studi dokumentasi tersebut, selanjutnya dirumuskan dan dipetakan kedalam 9 elemen bisnis pukat cincin skala kecil KM Priscilia Menurut (LPPM Manajemen, 2014) Kesembilan elemen tersebut adalah 1. *Value proposition* adalah nilai yang ditawarkan kepada pelanggan, keunggulan produk dibanding pesaing penting untuk dicatat. 2. *Customer segmen*, jelaskan siapa calon pelanggannya dari produk yang dihasilkan, kemudian baru menawarkan produknya, karena itu harus jelas siapa

target pelanggan dan penting untuk ditetapkan terlebih dahulu. 3. *Channels* merupakan cara yang dilakukan untuk menjangkau customer. Mencakup distribusi dan hal lainnya yang dapat membuat bisnis dan customer bisa bersentuhan. 4. *Customer relationship* adalah cara untuk berhubungan dan mempertahankan hubungan baik dengan *customer segments*. 5. *Revenue Streams* adalah berbagai upaya untuk mendapatkan keuntungan dari *value proposition*. 6. *Key Resources* adalah berbagai hal paling penting yang harus dimiliki agar *key activities* bisa dijalankan dan *value proposition* bisa diberikan pada *customer*. 7. *Key Activities*, adalah kegiatan yang wajib yang dilakukan oleh perusahaan untuk menghasilkan *value proposition* yang ditawarkan. 8. *Key Partners* adalah pihak-pihak yang bisa diajak kerjasama untuk mencapai tujuan sekaligus untuk mengoptimalkan alokasi sumber daya, aktivitas mengurangi risiko dan ketidakpastian dalam lingkungan persaingan. 9. *Cost structure* adalah rincian biaya yang harus dikeluarkan untuk melakukan *key activities* dan menghasilkan *value proposition* (Gambar 1). Hasil pemetaan elemen-elemen tersebut akan digunakan untuk tahap indentifikasi SWOT dan strategi pengembangan.

Analisis SWOT

Analisis SWOT dilakukan setelah pemetaan kondisi eksisting bisnis pukat cincin skala kecil KM Priscilia berdasarkan kesembilan elemen model bisnis kanvas. Analisis SWOT didasarkan pada informasi hasil analisis eksternal, analisis internal, dan penelitian terhadap nilai-nilai manajerial (Solihah et al., 2014). Oleh karena itu, analisis SWOT diawali dengan mengidentifikasi eksternal menggunakan matriks EFAS (Eksternal Faktor Strategi) dan faktor internal menggunakan matriks IFAS (Internal Faktor Strategi). Tahapan selanjutnya untuk menghasilkan strategi pengembangan perlu melakukan berbagai kombinasi menggunakan matriks SWOT

berdasarkan logika untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, sekaligus meminimalkan ancaman dan kelemahan, hasil kombinasi tersebut dapat menghasilkan 4 kelompok alternatif strategi pengembangan bisnis pukat cincin skala kecil KM Pricilia yakni strategi *Weaknesses-Threats*, strategi *Weaknesses- Opportunities*, strategi *Strengths-Threats* dan strategi *Strengths- Opportunities*. Informasi yang diperoleh tersebut dapat digunakan untuk mengantisipasi berbagai hal yang mungkin terjadi kedepan.

Business Model Canvas (BMC) Perbaikan

Setelah diperoleh rumusan alternatif strategi berdasarkan hasil analisis SWOT, maka dilakukan diskusi dengan pemilik bisnis pukat cincin skala kecil KM Pricilia. Berdasarkan hasil analisis alternatif strategi dan hasil diskusi tersebut maka tahap selanjutnya adalah perancangan *prototype* alternatif model bisnis kanvas baru dengan harapan dapat diterapkan oleh perusahaan di masa yang akan datang (Mahdi & Baga, 2018). Model bisnis kanvas *prototype* tersebut terbagi mengikuti 4 rumusan alternatif strategi pengembangan yakni alternatif strategi pengembangan S-O, W-O, S-T dan W-T.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Eksisting *Business Model Canvas* Pukat Cincin Skala Kecil KM Pricilia

Pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) yang dipelopori oleh Osterwalder dan Pigneur dan telah berhasil menyederhanakan konsep model bisnis yang kompleks dan menjadikan alternatif strategi perusahaan mengarah pada kelayakan bisnis (Dewobroto, 2012). Model bisnis ini dapat digunakan sebagai informasi dalam menyusun formulasi strategi bisnis (Priandita & Toha, 2013). Salah upaya yang dilakukan seorang wirausaha untuk memenangkan persaingan dalam bisnis adalah dengan memotret kondisi eksisting untuk mengetahui kondisi sebenarnya dari bisnis

yang dijalankan (Wardono et al., 2017), karena dengan memotret kondisi saat ini maka seorang wirausaha dapat menyempurnakan model bisnis yang sudah ada menjadi lebih baik (LPPM Manajemen, 2014). Kondisi bisnis saat ini dipotret menggunakan *business model canvas* mudah digunakan untuk memotret, menganalisis dan mendiskusikan kondisi usaha dalam sembilan elemen atau blok dengan cepat (Wallin, Chirumalla, & Thompson, 2013). Usaha pukat cincin skala kecil KM Pricilia telah beroperasi sejak tahun 2002, *fishing base* kapal pukat cincin tersebut di Desa Latta, Kecamatan Teluk Ambon Baguala, Kota Ambon.

Model bisnis pukat cincin skala kecil KM Pricilia saat ini yang digambarkan pada gambar 1 diatas, dapat dijelaskan menggunakan 9 elemen *business model canvas* sebagai berikut:

Customer Segments (Sasaran pelanggan)

Sasaran pelanggan bisnis pukat cincin skala kecil KM Pricilia masyarakat lokal di Desa Latta dan sekitarnya, selain konsumen langsung yakni masyarakat lokal yang membeli langsung pada pemilik usaha di *fishing base* untuk dikonsumsi sendiri, terdapat juga papalele dan penjual di pasar ikan sebagai konsumen tidak langsung yang membeli hasil tangkapan ikan tersebut untuk dijual kembali masyarakat Kota Ambon sebagai konsumen akhir. Pelanggannya dengan kondisi ekonomi bawah hingga atas, dikonsumsi oleh laki-laki dan perempuan untuk segala jenis umur sebagai sumber protein hewani sehari hari. Konsumen terbesar produk ikan pelagis kecil dari pukat cincin skala kecil di Kota Ambon adalah masyarakat Kota Ambon (Soukuta, 2015).

Customer Relationship (hubungan pelanggan)

Bisnis pukat cincin skala kecil KM Pricilia memiliki hubungan baik dengan pelanggannya. Hubungan baik dengan *customer* adalah kunci keberhasilan bagi suatu usaha (Fahmi &

Hayati, 2020). Upaya untuk menjaga dan mempertahankan hubungan baik dengan mengutamakan pelayanan kepada pelanggan yang potensial, melayani menggunakan pendekatan kekeluargaan

dan selalu berkomunikasi dengan baik dan sopan. Perusahaan memberikan jaminan produk ikan hasil tangkapan selalu dalam kondisi segar dengan harga terbaik.

Key Partners	Key Activities	Value Propotion	Customer Relationships	Customer Segments
1. DKP Provinsi Maluku 2. DKP Kota Ambon 3. Penjual ikan di pasar ikan 4. Papalele 5. Politeknik Perikanan Negeri Tual	1. Proses penangkapan ikan 2. Penanganan hasil tangkapan 3. Pemasaran hasil perikanan	1. Hasil tangkapan ikan segar dan berkualitas 2. Harga jual dibawah harga pasar pesaing 3. Hasil tangkapan variatif setiap musim	1. Mengutamakan pelayanan pada pelanggan potensial. 2. Memberi pelayanan dengan pendekatan kekeluargaan. 3. Berkomunikasi dengan baik dan sopan. 4. Memberikan jaminan produk ikan segar dengan harga terbaik	1. Memiliki, konsumen langsung dan tidak langsung. 2. Laki-laki dan perempuan. 3. Kondisi ekonomi bawah ke atas. 4. Segala jenis umur 5. Penjual ikan di pasar Kota Ambon 6. Papalele
	Key Resources 1. Fisik 2. Manusia 3. Finansial 4. Teknologi 5. Ikan pelagis kecil		Channels 1. Penjualan langsung 2. Penjualan tidak langsung 3. Komunikasi langsung <i>by hand phone</i>	
	Cost Struktur 1. Biaya investasi 2. Biaya tetap 3. Biaya variabel Sumber: Data primer diolah, 2023		Revenue Streams 1. Penjualan ke konsumen lokal 2. Penjualan ke papalele 3. Penjualan ke penjual ikan di pasar ikan	

Gambar 1. Kondisi Eksisting *Business Model Canvas* Pukat Cincin Skala Kecil KM Priscilia

Value Proposition (Nilai keunggulan)

Nilai keunggulan hasil tangkapan ikan (produk) yang dimiliki bisnis pukat cincin skala kecil KM Pricilia adalah ikan hasil tangkapan masih segar karena penanganan ikan dilaut saat ini cukup baik selain itu bila hasil tangkapan trip pertama dirasa sudah banyak biasanya langsung dibawa ke *fishing base* untuk ditampung dalam *freezer* kemudian kembali ke *fishing ground* untuk melakukan aktivitas penangkapan selanjutnya, selain itu hasil tangkapan ikan juga bervariasi setiap musim yakni ikan layang (*Decapterus spp*), selar (*Selaroides spp*), sardin (*Sardinella spp*), kembung (*Rastralinger spp*) dan tongkol (*Auxis thazard*, *Euthynnus affinis*). Ikan layang, kembung dan selar ada sepanjang tahun, tongkol ada pada pertengahan musim timur, dan sardin ada pada musim timur (Tomasoa, 2020). Harga jual yang

ditawarkan oleh pihak produsen untuk ikan sardine rata-rata 1100/kg, ikan layang 7800/kg, ikan tongkol 6200/kg, harga-harga tersebut fluktuasi sesuai musim dan berada dibawah harga ikan dari pihak produsen lainnya. Harga ikan pada tingkat produsen di Kota Ambon untuk ikan layang rata-rata Rp 8.518/kg dan tongkol Rp 8.940/kg (Soukuta, 2015)

Channels (Menjangkau konsumen)

Upaya yang dilakukan dalam bisnis pukat cincin skala kecil KM Pricilia untuk menjangkau pelanggan dan menyampaikan nilai keunggulan produk. *Channels* penting dilakukan untuk mengetahui keinginan dan selera pelanggan, karena itu *channels* merupakan hal yang sangat terpenting untuk meningkatkan penjualan (Mahendra & Asmawi, 2022). Bisnis pukat cincin skala kecil KM Pricilia

menjangkau konsumen akhir di Kota Ambon melalui 2 cara yakni saluran pemasaran langsung dilakukan dengan mendatangi konsumennya di Desa Latta dan sekitarnya, penjualan tidak langsung melalui papalele dan penjual ikan di pasar. Untuk mempermudah dan memperlancar proses pemasaran maka pemilik memanfaatkan media telepon seluler (*hand phone*) sebagai media komunikasi dengan papalele dan penjual dipasar.

Key Activities (Kegiatan kunci)

Aktivitas utama yang dilakukan dalam bisnis pukat cincin skala kecil KM Pricilia untuk menghasilkan produk perikanan pelagis kecil meliputi proses produksi yang dimulai dari persiapan menuju *fishing ground*, seting alat tangkap, pembuangan jaring secara melingkar, pengangkatan jaring dan pengerokan dan penyortiran ikan, kegiatan penangkapan dimulai dari pukul 12.00 WIT tengah malam dan berakhir pada pukul 07.00 WIT pagi. Waktu operasi penangkapan pukat cincin skala kecil di kota Ambon sekitar 6-8 jam (Polhaupessy, 2020). Penanganan hasil tangkapan masih merupakan bagian dari proses yang dilakukan setelah ikan tertangkap dikeluarkan dari jaring dengan hati-hati dan langsung diberi es untuk mempertahankan kualitas produk ikan, kemudian dilakukan pemasaran langsung kepada konsumen dan papalele dilokasi *fishing base* kemudian ke penjual ikan di pasar ikan karena jarak pasar ikan dekat dengan *fishing base*.

Key Resources (Kunci sumberdaya)

Upaya yang dilakukan dengan sumberdaya yang dimiliki agar aktivitas penangkapan dapat berjalan dengan baik adalah memiliki sumberdaya fisik meliputi kapal, mesin, jaring, perahu dan rumpon (milik pribadi 1 unit), sumberdaya manusia adalah 18 orang nelayan yang terdiri dari nelayan tetap 10 orang dan nelayan lepas 8 orang, nelayan lepas diperlukan saat musim ikan banyak,

tingkat pendidikan S1 ada 1 orang, SMA ada 13 orang, dan SMP ada 4 orang yang berumur 20-40 tahun serta berdomisili di Desa Latta, sumberdaya pemodal bisnis ini berasal dari modal pribadi, teknologi penangkapan ikan yang digunakan masih sederhana sehingga jangkauan daerah penangkapan tidak terlalu luas atau dekat, sumberdaya ikan pelagis kecil sangat potensial ditemukan pada daerah penangkapan teluk ambon bagian dalam dan kehadirannya di daerah penangkapan sangat tergantung musim.

Key Partners (Kunci kerjasama)

Upaya yang dilakukan untuk mempermudah dalam menjalankan bisnis pukat cincin skala kecil KM Pricilia kerjasama yang dilakukan dengan DKP Provinsi dan Kota Ambon yang terkait dengan aspek legal dalam bisnis perikanan tangkap, Politeknik Perikanan Negeri Tual terkait dengan magang mahasiswa, papalele dan penjual ikan di pasar terkait dengan pemasaran sebagai penjual dan pemasok produk ikan.

Cost Structure (Struktur biaya)

Untuk membangun bisnis pukat cincin skala kecil KM Pricilia struktur biaya yang telah dikeluarkan bersumber dari biaya sendiri meliputi biaya investasi sebesar Rp 398.040.000 yang meliputi biaya kapal, mesin lampu, mesin tempel, bodi transport, bola lampu 25 Watt dan jaring. Biaya yang dikeluarkan untuk memperlancar kegiatan produksi penangkapan adalah Biaya tetap terdiri dari biaya perawatan dan pajak, dan biaya variabel terdiri dari biaya BBM, Upah tenaga kerja, ransum, rumpon. Biaya produksi pukat cincin skala kecil meliputi biaya tetap dan biaya variabel (Picaulima, Wiyono, Ngamel, Pentury, & Ngangun, 2022).

Revenue Stream (Menghasilkan pendapatan)

Pendapatan yang diperoleh dalam bisnis pukat cincin skala kecil KM Priscilia hanya terfokus pada hasil

penjualan produk ikan pelagis kecil di setiap musim ke konsumen lokal, papalel dan penjual ikan di pasar Kota Ambon. Pendapatan usaha penangkapan armada pukat cincin skala kecil sebagian besar didapatkan dari target tangkapan ikan hasil tangkapan utama yaitu ikan pelagis kecil (Dewi, Sugiyono, & Iskandar, 2022).

Analisis SWOT Kondisi Eksisting Pukat Cincin Skala Kecil KM Pricilia

Setelah melakukan identifikasi terhadap kondisi eksisting bisnis pukat cincin skala kecil KM Priscilia menggunakan 9 elemen BMC, maka tahapan selanjutnya adalah melakukan analisis SWOT pada setiap elemen BMC

tersebut. SWOT merupakan suatu cara untuk mengidentifikasi lingkungan internal dan eksternal secara sistematis untuk merumuskan strategi suatu usaha (Rangkuti, 2021). Analisis SWOT menjadi penting karena kesuksesan suatu bisnis sangat ditentukan oleh kondisi internal dan eksternal (Mahendra & Asmawi, 2022). Oleh karena itu, langkah awal yang perlu dilakukan untuk melakukan analisis SWOT adalah mengidentifikasi faktor internal dan eksternal (Picaulima, Ngangun, Labetubun, Elwuar, & Farneubun, 2022). Hasil identifikasi lingkungan internal dan eksternal pada bisnis pukat cincin skala kecil KM Priscilia yang ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Matriks Lingkungan Internal dan Eksternal Bisnis Pukat Cincin KM Priscilia

No	Elemen BMC	Lingkungan Internal		Lingkungan Eksternal	
		Kekuatan	Kelemahan	Peluang	Ancaman
1.	<i>Customer Segments</i>	Kepercayaan <i>customer</i> cukup tinggi	Target konsumen belum jelas	Memperluas segmen <i>customer</i>	Persaingan pasar ketat setiap musim
2.	<i>Customer Relationships</i>	Hubungan baik dengan <i>customer</i>	Kurang melakukan promosi produk	Melakukan promosi produk secara <i>online</i>	Pesaing agresif dalam pelayanan
3.	<i>Value Propotion</i>	Produk ikan segar dengan harga terjangkau	Produk ikan belum bisa bertahan lebih lama	Produk kebutuhan utama masyarakat dan industri	Produk yang ditawarkan pesaing makin berkualitas
4.	<i>Key Activities</i>	Proses penangkapan, penanganan dan pemasaran produk dilakukan dalam sehari.	Daerah penangkapan terbatas, penanganan dan pemasaran produk masih sederhana	Bahan baku utama industri perikanan nasional dan internasional	Proses penangkapan dan pemasaran tergantung musim
5.	<i>Key Partners</i>	Hubungan kerjasama yang baik dengan mitra	Kemitraan belum terlalu banyak	Memperluas jaringan kemitraan pelanggan	Pesaing bekerja sama dengan mitra yang sama
6.	<i>Key Resources</i>	SDM berasal dari lokal dan tergolong usia produktif	Sumberdaya fisik terbatas dan SDM yg tersedia belum profesional	Pemanfaatan teknologi untuk produksi dan pemasaran produk	Potensi sumberdaya ikan pelagis kecil makin menurun
7.	<i>Channels</i>	Komunikasi langsung dgn pelanggan by <i>hand phone</i>	Standar pelayanan untuk mengjangkau pelanggan masih terbatas	Pelayanan penjualan dilakukan secara online	Pesaing lebih berinovasi dalam menjangkau pelanggan
8.	<i>Cost Struktur</i>	Modal usaha berumber dari pribadi	Biaya produksi tergantung musim	Penggunaan biaya produksi yang efektif dan efisien.	Kebutuhan biaya input produksi makin meningkat
9.	<i>Revenue Streams</i>	Produk dibayar langsung oleh pelanggan saat penjualan.	Sumber pendapatan masih terbatas	Permintaan produk hasil perikanan meningkat	Pendapatan usaha tergantung musim

Berdasarkan hasil pemetaan SWOT pada kesembilan elemen *business model canvas*, maka dirumuskan alternatif strategi pengembangan bisnis pukat cincin skala kecil KM Priscilia, karena rumusan strategi pengembangan merupakan

pengembangan rencana bisnis dalam jangka panjang untuk efektifitas manajemen yang dilihat dari kekuatan dan kelemahan lingkungan internal serta peluang dan ancaman lingkungan eksternal (Wheelen & Hunger, 2012).

Adapun alternatif strategi pengembangan bisnis pukat cincin skala kecil KM Priscilia yang dirumuskan dari kombinasi faktor lingkungan eksternal dan internal, sebagai berikut:

1. Strategi S-O
 - a. Meningkatkan produksi dengan menambah jumlah trip penangkapan di setiap musim.
 - b. Meningkatkan kualitas produk hasil tangkapan dan memperluas segmen pemasaran.
 - c. Mengoptimalkan teknologi informasi dan komunikasi untuk melakukan promosi dan penjualan secara online.
2. Strategi W-O
 - a. Menggunakan media sosial untuk promosi dan menjangkau pelanggan yang dianggap potensial.
 - b. Membangun kerjasama dengan mitra yang saling menguntungkan.
 - c. Memberikan pengetahuan dan pelatihan bagi pemilik dan nelayan ABK.
 - d. Memperbaharui proses penanganan hasil tangkapan.
3. Strategi S-T
 - a. Membuat perjanjian tertulis diawal kerjasama dengan mitra.
 - b. Meningkatkan layanan dan keunggulan produk dibandingkan dengan produk pesaing.
 - c. Meningkatkan akses finansial terhadap lembaga keuangan.
 - d. Menerapkan teknologi penangkapan yang ramah lingkungan.
4. Strategi W-T
 - a. Memaksimalkan sumberdaya fisik dan manusia yang tersedia.
 - b. Mengelola keuangan usaha secara efisien dalam proses produksi.
 - c. Melakukan penangkapan ikan di *fishing ground* yang ekonomis di setiap musim

Business Model Canvas (BMC) Pukat Cincin Skala Kecil KM Priscilia Berkelanjutan

Model pengembangan bisnis pukat cincin skala kecil KM Priscilia berkelanjutan berasal dari hasil rumusan alternatif strategi pengembangan pada

analisis SWOT. Kim & Maulborgne, (2016) menyatakan bahwa rumusan strategi pengembangan yang dihasilkan dari analisis SWOT digunakan sebagai landasan membangun model bisnis baru di masa depan. Model pengembangan bisnis tersebut merupakan perbaikan dari model bisnis sebelumnya, karena itu model bisnis yang dihasilkan diharapkan dapat memberikan kinerja yang lebih baik. Model bisnis dapat membantu seorang wirausaha untuk memahami, menjelaskan dan meramalkan aktivitas yang bermanfaat untuk menghasilkan keuntungan bagi suatu bisnis atau organisasi (Solihah et al., 2014). Alternatif-alternatif strategi pengembangan tersebut digunakan untuk mendesain *prototype* alternatif model bisnis kanvas baru yang dapat diterapkan oleh perusahaan di masa yang akan datang. Penjabaran *prototype* alternatif model bisnis kanvas yang berkelanjutan pada bisnis pukat cincin skala kecil KM Priscilia.

Model Bisnis Kanvas Prototype 1

Ide Model bisnis kanvas *prototype* pertama ini adalah memperluas segmen pasar yang diikuti dengan peningkatan produksi ikan hasil tangkapan yang berkualitas didasarkan pada alternatif strategi (S-O) dari hasil rumusan analisis SWOT, perubahan satu elemen dapat mempengaruhi elemen yang lain penjelasannya sebagai berikut:

1. Penambahan segmen pemasaran produk hasil perikanan yang diawali dengan memperluas segmen pelanggan pada perusahaan pengolahan ikan, pasar swalayan dan rumah makan di Kota Ambon dan sekitarnya.
2. Untuk memperluas segmen pelanggan bisnis pukat cincin skala kecil KM Priscilia perlu meningkatkan aktivitas kunci melalui peningkatan proses produksi dengan menambah jumlah trip penangkapan ikan dimusim barat, pancaroba 1, musim timur dan musim pancaroba 2 untuk meningkatkan produksi hasil tangkapan ikan pelagis kecil.

3. Peningkatan produksi hasil perikanan harus diikuti dengan peningkatan kualitas ikan pelagis kecil, hal ini merupakan salah satu keunggulan produk yang harus diutamakan karena segmen pasar yang diperluas salah satunya adalah perusahaan pengolahan ikan yang sangat membutuhkan ikan dalam jumlah banyak dan berkualitas untuk diolah dan dikirim keluar daerah.
4. Untuk mendukung kegiatan aktifitas kunci dan penambahan nilai produk ikan hasil tangkapan maka perlu dilakukan promosi produk perikanan tersebut dengan memanfaatkan sarana dan prasarana teknologi dan informasi yang tersedia sehingga produk perikanan dapat dikenal secara luas di pasar Kota Ambon dan sekitarnya.
5. Upaya memperluas segmen pemasaran yang dilakukan dalam

bisnis pukat cincin skala kecil KM Pricilia dengan sendirinya akan memperluas hubungan kerja sama untuk mengoptimalkan kegiatan ekonomi.

6. Penambahan nilai elemen-elemen tersebut diatas akan berdampak pada peningkatan biaya variabel yakni BBM, es, upah tenaga kerja, ransum dan biaya promosi produk.
7. Penambahan pengeluaran biaya produksi dan promosi yang dilakukan dalam bisnis ini akan berdampak positif yakni peningkatan pendapatan yang bersumber dari penambahan segmen pelanggan.

Hasil pemetaan alternatif strategi pengembangan S-O bisnis model kanvas pukat cincin skala kecil KM Priciliadapat dilihat pada Gambar 2.

Key Partners	Key Activities	Value Propotion	Customer Relationships	Customer Segments
<ol style="list-style-type: none"> 1. DKP Provinsi Maluku 2. DKP Kota Ambon 3. Penjual ikan di pasar ikan 4. Papalele 5. Politeknik Perikanan Negeri Tual 6. Perusahaan pengolahan ikan 7. Pasar swalayan 8. Rumah makan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proses penangkapan ikan (peningkatan jumlah trip dan produksi) 2. Penanganan hasil tangkapan 3. Pemasaran hasil perikanan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga jual dibawah harga pasar pesaing 2. Hasil tangkapan variatif setiap musim 3. Produk ikan pelagis kecil yang berkualitas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengutamakan pelayanan pada pelanggan potensial. 2. Memberi pelayanan dengan pendekatan kekeluargaan. 3. Berkomunikasi dengan baik dan sopan. 4. Promosi melalui teknologi informasi dan komunikasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki, konsumen langsung dan tidak langsung. 2. Laki-laki dan perempuan. 3. Segala jenis umur 4. Penjual ikan di pasar Kota Ambon 5. Papalele 6. Perusahaan pengolahan ikan 7. Pasar swalayan 8. Rumah makan
	<p>Key Resources</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fisik 2. Manusia 3. Finansial 4. Teknologi 5. Ikan pelagis kecil 		<p>Channels</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penjualan langsung 2. Penjualan tidak langsung 3. Komunikasi langsung by hand phone 	
	<p>Cost Struktur</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya investasi 2. Biaya tetap 3. Biaya variabel (meningkat) 4. Biaya promosi 		<p>Revenue Streams</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penjualan ke konsumen lokal 2. Penjualan ke papalele 3. Penjualan ke penjual ikan di pasar ikan 4. Penjualan produk ikan di perusahaan pengolahan ikan, pasar swalayan, rumah makan. 	

Gambar 2. Model Bisnis Kanvas *Prototype* 1 Pukat Cincin Skala Kecil KM Priscilia

Model Bisnis Kanvas *Prototype* 2

Ide Model bisnis kanvas *prototype* pertama ini adalah menggunakan media sosial untuk promosi dan menjangkau konsumen yang potensial yang dapat meningkatkan hubungan kerjasama, meningkatkan kompetensi SDM dan memperbaharui penanganan

hasil tangkapan. Ide ini didasarkan pada alternatif strategi (W-O) hasil rumusan analisis SWOT, perubahan satu elemen dapat mempengaruhi elemen yang lain penjelasannya sebagai berikut:

1. Penggunaan media sosial perlu dilakukan untuk menjangkau konsumen yang potensial baik

- langsung dan tidak langsung, upaya ini dilakukan melalui media Whatsapp, Facebook, Mesengger, Twitter sehingga produk yang dihasilkan lebih mudah dijangkau dan diupdate oleh pelanggan potensial.
2. Untuk mendukung promosi hasil produksi maka produk yang dihasilkan harus mempunyai kualitas yang baik, karena itu perlu dilakukan perbaikan atau memperbaharui aktivitas kunci pada proses penanganan hasil tangkapan salah satu cara dengan menambah es balok yang berkualitas untuk pengawetan hasil tangkapan tersebut.
 3. Untuk merealisasikan hasil tangkapan yang berkualitas selain dilakukan cara tersebut diatas perlu dilakukan peningkatan pengetahuan dan pelatihan terhadap sumberdaya manusia agar lebih profesional atau kompetensi dalam hubungannya dengan operasi penangkapan ikan, penanganan hasil tangkapan yang baik, penggunaan media sosial untuk promosi, manajemen keuangan dan pemasaran bagi pemilik dan nelayan ABK.
 4. Pemilik dan nelayan ABK yang berkompentensi akan memberikan

dampak pada kualitas dan kuantitas hasil tangkapan ikan pelagis kecil, hal ini akan memberikan nilai tambah pengembangan usaha ini kedepan.

5. Untuk mempertahankan pelanggan yang potensial maka perlu dilakukan hubungan kerjasama yang sifatnya saling menguntungkan terutama bagi pelanggan yang potensial, hal ini dilakukan untuk memperjelas segmen pelanggan yang benar-benar saling membutuhkan dan mendukung dalam pengembangan usaha ini kedepan.
6. Penambahan atribut tersebut diatas memberikan dampak langsung terhadap pada peningkatan biaya variabel yakni penggunaan es dan biaya promosi produk.
7. Penambahan pada struktur biaya produksi dan promosi akan berdampak positif bagi usaha ini untuk menghasilkan pendapatan tambahan yang bersumber dari peningkatan pembeli setelah penambahan kualitas produk dan promosi yang dilakukan.

Hasil pemetaan alternatif strategi pengembangan W-O bisnis model kanvas pukat cincin skala kecil KM Pricilia dapat dilihat pada gambar 3 dibawah ini.

Key Partners	Key Activities	Value Propotion	Customer Relationships	Customer Segments
<ol style="list-style-type: none"> 1. DKP Provinsi Maluku dan Kota Ambon 2. Politeknik Perikanan Negeri Tual 3. Penjual ikan di pasar ikan Kota Ambon 4. Papalele 5. Perusahaan pengolahan ikan 6. Pasar swalayan 7. Rumah makan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proses penangkapan ikan 2. Penanganan hasil tangkapan (memperbaharui) 3. Pemasaran hasil perikanan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga jual dibawah harga pasar pesaing 2. Hasil tangkapan variatif setiap musim 3. Produk ikan pelagis kecil yang berkualitas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengutamakan pelayanan pada pelanggan potensial. 2. Memberi pelayanan dengan pendekatan kekeluargaan. 3. Berkomunikasi dengan baik dan sopan. 4. Memberikan jaminan produk ikan segar dengan harga terbaik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki, konsumen langsung dan tidak langsung. 2. Laki-laki dan perempuan. 3. Kondisi ekonomi bawah ke atas. 4. Segala jenis umur 5. Penjual ikan di pasar Kota Ambon 6. Papalele
	<p>Key Resources</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fisik 2. Manusia (pelatihan) 3. Finansial 4. Teknologi 5. Ikan pelagis kecil 		<p>Channels</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penjualan langsung 2. Penjualan tidak langsung 3. Komunikasi langsung <i>by hand phone</i> 4. Media sosial 	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya investasi 2. Biaya tetap 3. Biaya variabel (peningkatan biaya es) 4. Biaya promosi 			<p>Revenue Streams</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penjualan ke konsumen lokal 2. Penjualan ke papalele 3. Penjualan ke penjual ikan di pasar ikan 4. Penjualan produk ikan yang berkualitas. 	

Gambar 3. Model Bisnis Kanvas *Prototype 2* Pukat Cincin Skala Kecil KM Priscilia

Model Bisnis Kanvas *Prototype 3*

Ide Model bisnis kanvas *prototype* pertama ini adalah meningkatkan layanan dan menonjolkan keunggulan produk yang didukung oleh aspek finansial, teknologi, kerjasama yang tertulis dan legal. Ide ini didasarkan pada alternatif strategi (S-T) hasil rumusan analisis SWOT, perubahan satu elemen dapat mempengaruhi elemen yang lain penjelasannya sebagai berikut:

1. Peningkatann layanan adalah dilakukannya pengantaran produk langsung ke konsumen berdasarkan pesanan yang dilakukan produsen dalam hal ini kanvas pukat cincin skala kecil KM Pricilia untuk mempermudah konsumen akhir atau pelanggan.
2. Untuk mendukung elemen layanan maka produk yang dihasilkan harus berkualitas sehingga sampai ketangan konsumen akhirpun kualitas produk masih terjaga dengan mempersiapkan box-box yang berisi curahan es untuk digunakan saat pengantaran ke konsumen atau pelanggan.
3. Untuk menghasilkan layanan dan produk yang berkualitas maka perlu peningkatan sumberdaya kunci melalui

peran serta lembaga keuangan untuk memberikan modal pengembangan usaha, pengembangan teknologi alat tangkap yang ramah lingkungan dan tekonologi pengemasan yang efektif dan efesien.

4. Upaya peningkatan layanan dan kualitas dapat dioptimalkan melalui perjanjian kerjasama yang baik dan legal dengan mitra melalui perjanjian tertulis agar mitra yang telah kita miliki tidak dapat berpindah ke pelanggan yang lain.
5. Penambahan atribut tersebut diatas memberikan dampak langsung terhadap pada peningkatan biaya variabel yakni penggunaan es dan biaya *delivery*.
6. Penambahan pada struktur biaya produksi dan promosi akan berdampak positif bagi usaha ini untuk menghasilkan pendapatan tambahan yang bersumber dari pembelian produk yang berkualitas yang diantar langsung (*delivery*) oleh produsen.

Hasil pemetaan alternatif strategi pengembangan S-T bisnis model kanvas pukat cincin skala kecil KM Pricilia dapat dilihat pada Gambar 4.

Key Partners	Key Activities	Value Propotion	Customer Relationships	Customer Segments
<ol style="list-style-type: none"> 1. DKP Provinsi Maluku dan Kota Ambon 2. Politeknik Perikanan Negeri Tual 3. Penjual ikan di pasar ikan Kota Ambon 4. Papalele 5. Perusahaan pengolahan ikan 6. Pasar swalayan 7. Rumah makan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proses penangkapan ikan 2. Penanganan hasil tangkapan 3. Pemasaran hasil perikanan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga jual dibawah harga pasar pesaing 2. Hasil tangkapan variatif setiap musim 3. Produk ikan pelagis kecil yang berkualitas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengutamakan pelayanan pada pelanggan potensial. 2. Memberi pelayanan dengan pendekatan kekeluargaan. 3. Berkomunikasi dengan baik dan sopan. 4. Memberikan jaminan produk ikan segar dengan harga terbaik 5. Layanan <i>delivery</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki konsumen langsung dan tidak langsung. 2. Laki-laki dan perempuan. 3. Kondisi ekonomi bawah ke atas. 4. Segala jenis umur 5. Penjual ikan di pasar Kota Ambon 6. Papalele
	<p>Key Resources</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fisik 2. Manusia 3. Finansial (lembaga keuangan) 4. Teknologi (Ramah lingkungan) 5. Ikan pelagis kecil 		<p>Channels</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penjualan langsung 2. Penjualan tidak langsung 3. Komunikasi langsung <i>by hand phone</i> 	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya investasi 2. Biaya tetap 3. Biaya variabel (peningkatan biaya es dan <i>delivery</i>) 	<p>Cost Struktur</p>		<p>Revenue Streams</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penjualan ke konsumen lokal 2. Penjualan ke papalele 3. Penjualan ke penjual ikan di pasar Kota Ambon 4. Penjualan ikan berkualitas dan layanan <i>delivery</i> 	

Gambar 4. Model Bisnis Kanvas *Prototype 3* Pukat Cincin Skala Kecil KM Priscilia

Model Bisnis Kanvas *Prototype 4*

Ide Model bisnis kanvas *prototype* pertama ini adalah memaksimalkan sumberdaya kunci yang didukung oleh peningkatan aktivitas yakni proses penangkapan pada *fishing ground* yang ekonomis. Ide ini didasarkan pada alternatif strategi (W-T) hasil rumusan analisis SWOT, perubahan satu elemen dapat mempengaruhi elemen yang lain penjelasannya sebagai berikut:

1. Upaya yang dilakukan untuk mempertahankan bisnis pukat cincin skala kecil KM Pricilia adalah dengan melakukan upaya memaksimalkan sumberdaya fisik yakni armada penangkapan dan sumberdaya manusia yakni nelayan ABK dan efisiensi pengeluaran biaya produksi namun produksi tetap tersedia.

2. Untuk merealisasikan elemen tersebut diatas maka perlu dilakukan upaya penangkapan di *fishing ground* yang ekonomis, sehingga biaya operasi yang dikeluarkan tidak terlalu besar namun hasil tangkapannya optimal.
3. Upaya tersebut diatas tersebut diatas dapat mengefisiensi biaya variabel terutama biaya bahan bakar minyak.
4. Efisiensi pada struktur biaya produksi akan berdampak positif bagi usaha ini untuk menghasilkan peningkatan pendapatan dalam usaha pukat cincin skala kecil KM Pricilia dikondisi ini.

Hasil pemetaan alternatif strategi pengembangan W-T bisnis model kanvas pukat cincin skala kecil KM Pricilia dapat dilihat pada Gambar 5.

Key Partners	Key Activities	Value Propotion	Customer Relationships	Customer Segments
<ol style="list-style-type: none"> 1. DKP Provinsi Maluku 2. DKP Kota Ambon 3. Penjual ikan di pasar ikan 4. Papalele 5. Politeknik Perikanan Negeri Tual 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proses penangkapan ikan (penangkapan di <i>fishing ground</i> yg ekonomis) 2. Penanganan hasil tangkapan 3. Pemasaran hasil perikanan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hasil tangkapan ikan segar dan berkualitas 2. Harga jual dibawah harga pasar pesaing 3. Hasil tangkapan variatif setiap musim 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengutamakan pelayanan pada pelanggan potensial. 2. Memberi pelayanan dengan pendekatan kekeluargaan. 3. Berkomunikasi dengan baik dan sopan. 4. Memberikan jaminan produk ikan segar dengan harga terbaik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki konsumen langsung dan tidak langsung. 2. Laki-laki dan perempuan. 3. Kondisi ekonomi bawah ke atas. 4. Segala jenis umur 5. Penjual ikan di pasar Kota Ambon 6. Papalele
	<p>Key Resources</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fisik (memaksimalkan) 2. Manusia (memaksimalkan) 3. Finansial (efisiensi) 4. Teknologi 5. Ikan pelagis kecil 		<p>Channels</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penjualan langsung 2. Penjualan tidak langsung 3. Komunikasi langsung <i>by hand phone</i> 	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya investasi 2. Biaya tetap 3. Biaya variabel (efisiensi <i>fishing ground</i> yg ekonomis) 	<p>Cost Struktur</p>		<p>Revenue Streams</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penjualan ke konsumen lokal (meningkat) 2. Penjualan ke papalele (meningkat) 3. Penjualan ke penjual ikan di pasar ikan (meningkat) 	

Gambar 5. Model Bisnis Kanvas *Prototype 4* Pukat Cincin Skala Kecil KM Priscilia

KESIMPULAN

Kondisi eksisiting bisnis pukat cincin skala kecil KM Pricilia berdasarkan hasil identifikasi sembilan blok elemen *Business Model Canvas* (BMC) adalah *customer segment* memiliki 6 elemen, *customer relationship* memiliki 4 elemen,

value proposition memiliki 3 elemen, *channels* memiliki 3 elemen, *key activities* memiliki 3 elemen, *key resources* memiliki 5 elemen, *key partners* memiliki 5 elemen, *cost structure* memiliki 3 elemen, *revenue stream* memiliki elemen. Berdasarkan hasil analisis SWOT dihasilkan 4 *prototype* alternatif model

bisnis kanvas yang dapat diterapkan untuk keberlanjutan bisnis pukat cincin skala kecil KM Priscilia yakni model bisnis kanvas prototype 1 adalah memperluas segmen pasar yang diikuti dengan peningkatan produksi ikan hasil tangkapan yang berkualitas, model bisnis kanvas prototype 2 adalah menggunakan media sosial untuk promosi dan menjangkau konsumen yang potensial yang dapat meningkatkan hubungan kerjasama, meningkatkan kompetensi SDM dan memperbaharui penanganan hasil tangkapan, model bisnis kanvas prototype 3 adalah meningkatkan layanan dan menonjolkan keunggulan produk yang didukung oleh aspek finansial, teknologi, kerjasama yang tertulis dan legal, model bisnis kanvas prototype 4 adalah memaksimalkan sumberdaya kunci yang didukung oleh peningkatan aktivitas yakni proses penangkapan pada *fishing ground* yang ekonomis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama kami ditujukan kepada kepala Desa Latta, pemilik dan nelayan ABK usaha pukat cincin skala kecil KM Priscilia yang telah membantu dan memberikan berbagai informasi pokok dalam penelitian ini sehingga penelitian ini dapat berjalan lancar dan sukses.

DAFTAR PUSTAKA

- Awaludin, R. (2021). Pelatihan SWOT dan Business Model Canvas Pada UKM Keripik Kere di Kabupaten Kuningan. *Humanis (Jurnal Pengabdian Masyarakat)*, 20(1), 47–58.
<https://doi.org/https://doi.org/10.26858/humanis.v20i1.22455>
- BPS Kota Ambon. (2022). *Kota Ambon Dalam Angka*. Ambon: BPS Kota Ambon.
- Dewi, D. A., Sugiyono, F., & Iskandar, D. (2022). Perpektif Harga dan Keuntungan Usaha Perikanan Tangkap Pukat Cincin Mini Sebagai Alternatif Penyerap Tenaga Kerja. *Sosial Ekonomi Dan Pendidikan*.
- Dewobroto, S. (2012). Penggunaan Business Model Canvas sebagai Dasar untuk Menciptakan Alternatif Strategi Bisnis dan Kelayakan Usaha. *Jurnal Teknik Industri Universitas Trisakt*, 215–230.
<https://doi.org/10.25105/jti.v2i3.7032>
- Fahmi, R. R., & Hayati, M. (2020). Strategi Pengembangan Bisnis Beras Ud. Sovi Jaya Di Kecamatan Kamal, Kabupaten Bangkalan. *Agriscience*, 3(1), 487–506.
<https://doi.org/https://doi.org/10.21107/agriscience.v1i2.8741>
- Freund, F. L. (2009). *Business Model Concepts in Corporate Sustainability Contexts*. Lueneburg: Leuphana University of Lueneburg.
- Herawati, N., Lindriati, T., & Suryaningrat, I. B. (2019). Penerapan Bisnis Model Kanvas Dalam Penentuan Rencana Manajemen Usaha Kedelai Edamame Goreng. *Jurnal Agroteknologi*, 13(01), 43–51.
<https://doi.org/https://doi.org/10.19184/j-agt.v13i01.8554>
- Hofifah, S. (2020). Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman di Ngebel Ponorogo ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam. *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 3(2), 37–44.
[https://doi.org/10.25299/syariat.2020.vol3\(2\).6469](https://doi.org/10.25299/syariat.2020.vol3(2).6469)
- Kim, W. C., & Maulborgne, R. (2016). *Blue Ocean Strategy*. Jakarta: Misan Publika.
- Kurniawan, H., & Sarno. (2023). Pengembangan strategi Business Model Canvas agroindustry obat herbal pada CV. Bina Syifa Mandiri Yogyakarta. *Agrokompleks*, 23(1), 8–17. Retrieved from <https://ppnp.ejournal/agrokompleks>
- Lembaga Penelitian dan Pengembangan Masyarakat

- (LPPM) Manajemen, (2014). *Model Bisnis Canvas dan penerapannya di Indonesia*. Jakarta: LPPM Manajemen Prasetya Mulya
- Mahdi, A. F., & Baga, L. M. (2018). Business Model Canvas Perusahaan Pengolah Rumput Laut. *Forum Agribisnis*, 8(1), 1–16. <https://doi.org/https://doi.org/10.29244/fagb.8.1.1-16>
- Mahendra, A. H. I., & Asmawi. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Industri Kecil Gantra Betta Fish Tulungagung Dalam Perspektif SWOT dan BMC. *Juremi: Jurnal Riset Ekonom*, 1(4), 322–332. <https://doi.org/https://doi.org/10.53625/juremi.v1i4.749>
- Mas'ud, I. M., & Wahid, A. (2020). Model pengembangan pengelolaan hasil tangkap ikan masyarakat pesisir kabupaten Pasuruan melalui pendekatan linear programming dan business model canvas dalam industri 4.0. *AGROMIX*, 11(115–124). <https://doi.org/https://doi.org/10.35891/agx.v11i1.1672>
- Pattipeilohy, R. F., & Talakua, E. G. (2019). Produktivitas dan Resiko Usaha Purse Seine di Negeri Latuhalat. *Papalel*, 3(1), 31–37. <https://doi.org/https://doi.org/10.30598/papalele.2019.3.1.31>
- Picaulima, S. M., Wiyono, E. S., Ngamel, A. K., Pentury, F., & Ngangun, T. (2022). Analisis Usaha Perikanan Pukat Cincin Skala Kecil Tipe Satu dan Dua Kapal Dalam Zona Penangkapan Ikan Terukur di WPP-NRI 714 dan 718, Kepulauan Kei. *Sumberdaya Akuatik Indopasifik*, 6(2), 89–102. <https://doi.org/https://doi.org/10.46252/jsai-fpik-unipa.2022.Vol.6.No.2.224>
- Picaulima, S. M., Ngangun, T. A., Labetubun, W., Elwuar, M. K., & Farneubun, A. V. (2022). Keberlanjutan Ekonomi dan Strategi Pengembangan Usaha Perikanan Bagan Apung Rakit Skala Kecil di Ohoi Namar Kabupaten Maluku Tenggara Provinsi Maluku. *Perikanan Dan Kelautan*, 27(3), 386–393. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31258/jpk.27.3.386-393>
- Polhaupessy, R. (2020). Produktivitas Perikanan Purse Seine Berdasarkan Musim Penangkapan di Pulau Ambon. *Jurnal Biologi, Pendidikan Dan Terapan*, 7(1), 54–63. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.30598/biopendixvol7issue1page54-63>
- Polhaupessy, R., Waileruny, W., Matruty, D. D. P., Souisa, F. N. ., & Kemhay, D. (2019). Analisis Faktor Produksi Usaha Perikanan Purse Seine Di Pulau Ambon. In *Seminar Nasional Kelautan dan Perikanan* (pp. 146–158). Ambon: Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Unpatti. Ambon. <https://doi.org/http://doi.org/10.30598/semnaskp-15>
- Priandita, A., & Toha, M. (2013). Business Strategy Formulation Using Business Model Case Study: PT Kartina Tri Satria. *Journal of Business Administration*, 2(1), 68–75. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/67882-EN-business-strategy-formulation-using-busi.pdf>
- Putra, I. P., & Prabawani, B. (2021). Analisis Pengembanagan Bisnis IndoFishery Melalui Pendekatan Business Model Canvas (BMC) dan Blue Ocean Strategy (BOS). *Jurnal Administrasi Bisnis*, X(1), 952–964. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jiab.2021.30275>
- Solihah, E., Hubeis, A. V. S., & Maulana, A. (2014). Analisis Model Bisnis Pada KNM Fish Farm dengan Pendekatan Business Model Canvas (BMC). *Jurnal Sosek KP*, 9(2), 185–194. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15578/jsekp.v9i2.1220>

- Somantri, Gun Gumelar Satria, S., & Iskandar, B. H. (2018). Analisis Model Bisnis PT. Pahala Bahari Nusantara dengan Menggunakan Pendekatan Model Bisnis Kanvas. *Albacore*, 11(1), 001–012. <https://doi.org/10.29244/core.2.1.1-12>
- Soukuta, L. M. (2015). Analisis Efisiensi Pemasaran Usaha Purse Seine di Kota Ambon. *Jurnal Wilayah Dan Lingkungan*, 3(1), 15–26. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jwl.3.1.15-26>
- Susanto, A. ., Kaidati, B., & Karman, A. (2021). Status Keberlanjutan Perikanan Huhate Berbasis Kelayakan Usaha di Pelabuhan Perikanan Pantai Bacan Kabupaten Halmahera Selatan. *Jurnal Agribisnis Perikanan*, 14(2), 278–285. <https://doi.org/https://doi.org/10.52046/agrikan.v14i2.278-285>
- Tomasoa, Y. S. F. (2020). Strategi Pengembangan Perikanan Tangkap di Perairan Ambon (Studi Kasus: Teluk Luar). *Jurnal Agrohut*, 11(2), 64–74. <https://doi.org/https://doi.org/10.51135/agh.v11i2.36>
- Wallin, J., Chirumalla, K., & Thompson, A. (2013). *Developing PSS Concepts from Traditional Product Sales Situation: The Use of Business Model Canvas*. Berlin: Springer: Verlag Berlin Heidelberg.
- Wardono, B., Rahadian, R., & Tajerin. (2017). Model Bisnis Usaha Pakan Ikan Mandiri Berbasis Masyarakat di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Sosek KP*, 12(1), 57–73. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15578/jsekp.v12i1.6301>
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2012). *Strategic Management and Business Policy* (thirteenth). New York: Pearson.

