

---

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS PADA USAHA TILAPIA FARM****Oleh****Dicky Prasetyo<sup>1</sup>, Tanti Prita Hapsari<sup>2</sup>****<sup>1,2</sup>Program Studi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta****Email: <sup>1</sup>[dickyprasetyo894@gmail.com](mailto:dickyprasetyo894@gmail.com), <sup>2</sup>[tantiprita@amikom.id](mailto:tantiprita@amikom.id)****Article History:**

Received: 18-08-2023

Revised: 20-08-2023

Accepted: 21-09-2023

**Keywords:***Tilapia Cultivation,  
Tilapia Business  
Analysis, Cultivation*

**Abstrak:** *This study aims to identify tilapia business development strategies in the TILAPIA FARM business in the research area using the Business Model Canvas approach. Tilapia is a fishery commodity that has high economic potential in the research area, but is often faced with various challenges in the market and intense competition. The results of the study show that the Business Model Canvas approach to the TILAPIA FARM business provides a clear and comprehensive picture of all the key elements in developing a tilapia business. Market segments are identified to determine potential target markets, and a unique value proposition is established to attract customers. Distribution channels and relationships with customers are an important focus for achieving customer satisfaction and increasing customer retention. Sources of income are identified from various sources, such as direct sales, online sales, Main resources including cultivation facilities, labor, and supporting equipment. The main activities which include stocking fish seeds to harvesting, and processing are identified as the core of the tilapia business. In addition, key partners in the fishery value chain are of key importance in increasing efficiency and expanding business outreach. The cost structure is carefully planned to ensure optimal profit and manage the risks that may arise. This study concludes that the use of the Business Model Canvas helps TILAPIA FARM tilapia business in planning a structured and effective strategy. Therefore, it is suggested that TILAPIA FARM always monitors and evaluates business performance, and is always ready to adapt to market changes that are constantly moving. In this way, tilapia business development can run better and sustainably amidst the dynamics of the fishing industry*

---

**PENDAHULUAN**

Akuakultur, adalah rekayasa manusia, yang melibatkan infus input dan energi untuk meningkatkan produksi hasil yang diinginkan dengan manipulasi tingkat pertumbuhan yang terampil. pada dasarnya adalah upaya bersama dari pihak manusia untuk meningkatkan produktivitas akuakultur melalui kegiatan yang diatur dengan baik. Kegiatan ini meliputi budidaya organisme akuatik melalui pemeliharaan, reproduksi, pertumbuhan, dan peningkatan kualitas untuk memperoleh profitabilitas. (Effendi, 2003).

akuakultur mengalami perkembangan, yang didukung oleh penyediaan fasilitas infrastruktur yang memadai dalam bentuk peralatan perikanan, pakan obat, dan teknik budidaya yang ditingkatkan, serta pemasaran yang efektif. ruang lingkup kegiatan akuakultur meliputi pengendalian pertumbuhan dan pengelolaan mortalitas. (Tjarmana, 1999). Indonesia, sebagai negara kepulauan, memiliki potensi luar biasa dalam sumber daya perikanan dan kelautan. hal ini disebabkan oleh luasnya wilayah Indonesia, yang terdiri dari 17.499 pulau dengan luas total sekitar 7,81 juta km<sup>2</sup>. dari hamparan ini, 3,25 juta km<sup>2</sup> adalah samudera, dan 2,55 juta km<sup>2</sup> merupakan Zona Ekonomi Eksklusif. Sisanya 2,01 juta km<sup>2</sup> adalah dalam bentuk tanah. dengan demikian, mengingat luas wilayah laut, Indonesia memiliki potensi laut dan perikanan yang sangat besar. (Pratama, 2020).

Hal tersebut tentunya menjadi faktor yang berkontribusi dalam bidang usaha akuakultur, terutama dalam kaitannya dengan air tawar. Berbagai spesies ikan air tawar dapat dipelihara, seperti nila (*Oreochromis Niloticus*), yang merupakan salah satu komoditas perikanan terkemuka yang menjanjikan untuk meningkatkan ketahanan pangan nasional.(Aliyas, 2016). Ada berbagai cara dalam pemeliharaan ikan air tawar yaitu dengan menggunakan kolam tanah atau kolam terpal. ikan nila merupakan komoditas unggulan air tawar dan memiliki keunggulan rasa dagingnya yang khas dan gurih dengan kandungan omega dan gizi yang cukup tinggi, ini mudah berkembang biak, dan mampu mengkonsumsi beragam bahan makanan. Selain itu juga memiliki kemampuan adaptif, dan toleransi terhadap berbagai kondisi salinitas. (Robisalmi, 2020). Ikan nila adalah komoditas yang dibudidayakan secara ekstensif karena permintaan pasarnya yang tinggi, rasa daging yang lezat, harga yang relatif konsisten, dan perawatan yang mudah. (Nurul, 2018). Melalui Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia Nomor 17/CEMEN-KP/2020, yang berkaitan dengan rencana Strategis Kementerian Kelautan dan Perikanan 2020-2024, telah dinyatakan bahwa tujuan strategis pemenuhan konsumsi ikan per kilogram per kapita pada tahun 2020 ditetapkan sebesar 56,39 kilogram. Apalagi pada tahun 2021, target rencananya akan dinaikkan menjadi 58,08 kilogram. Secara alami, dengan tujuan ini, upaya yang cukup besar sedang dilakukan untuk meningkatkan pasokan ikan kepada masyarakat sehingga dapat memenuhi jumlah yang dibutuhkan, terutama di daerah yang tidak terkurung daratan, seperti laut. dalam hal ini, sumber alternatif pasokan perikanan diharapkan berasal dari kegiatan budidaya ikan. (Sukadi, 2002)

Indonesia sendiri jumlah produksi ikan air tawar masih terbatas dibandingkan dengan produksi komprehensif ikan laut di perairan umum, yang berjumlah 307.593 ton. Tangkapan ini, bagaimanapun, hanya mewakili 10% dari total produksi ikan air tawar. Sementara itu, akuakultur air tawar menghasilkan 3,3 juta ton, sehingga menyumbang 90% dari total produksi air tawar. Sesuai dengan Keputusan Menteri Kelautan dan Perikanan Nomor 19 Tahun 2022, estimasi potensi sumber daya ikan di laut mencapai 12 juta ton per tahun, dengan tingkat pemanfaatan yang bervariasi untuk setiap kategori kelompok sumber daya ikan.

Daerah Pati sendiri terkenal dengan hasil ikan lautnya karena wilayahnya dekat dengan laut. Berdasarkan data dari Dinas Kelautan dan Perikanan (DKP) Kabupaten Pati, hasil tangkapan ikan selama 2021 tercatat mencapai 78,341 juta ton. Pati menjadi salah satu wilayah dengan tangkapan ikan terbesar di Indonesia. Hal ini tentunya menyebabkan kebutuhan akan konsumsi ikan laut sudah sangat terpenuhi. Akan tetapi disisi lain,

kebutuhan ikan air tawar belum tercukupi sepenuhnya di masyarakat khususnya masyarakat Pati di daerah pesisir. Ikan air tawar sendiri memiliki berbagai manfaat tidak kalah dengan ikan laut dan memiliki cita rasa yang berbeda dan gizi serta omega 3 yang terkandung di ikan tawar tentunya menjadi pembeda dengan ikan laut, tentunya hal ini menjadi daya tawar tersendiri bagi masyarakat.

Tilapia farm sebagai usaha di bidang budidaya air tawar ikan nila mencoba untuk memenuhi kebutuhan tersebut sesuai kapasitas produksi. Tilapia Farm menawarkan ikan nila segar aman untuk dikonsumsi dengan pelayanan yang cepat. Dalam menjalankan usaha budidaya tentunya perlu strategi sehingga dengan demikian kedepannya Tilapia Farm dapat berjalan lancar terlebih lagi kondisi konsumen yang semakin bertambah. Strategi perlu dilakukan karena kedepannya banyak pesaing usaha sejenis yang bermunculan, dengan begitu perlu perencanaan strategi untuk usaha Tilapia Farm agar dapat bersaing

## **LANDSAN TEORI**

Model bisnis paling baik dijelaskan dengan menggunakan sembilan blok bangunan (Nine Building Blocks) yang menunjukkan cara berpikir tentang bagaimana suatu bisnis mencapai tujuannya. Kesembilan blok tersebut mencakup empat bidang utama bisnis, yaitu pelanggan, pasokan, infrastruktur, dan kelayakan finansial. Konsep ini dapat menjadi bahasa umum yang memungkinkan perusahaan dengan mudah mendeskripsikan dan memanipulasi model bisnis untuk kemudian menciptakan pilihan strategis baru bagi perusahaan (Osterwalder, 2012)

Model kanvas yang dibuat oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur digunakan untuk memvisualisasikan ide, logika, atau kerangka kerja bagi para desainer. Dalam hal ini perancang adalah seorang pengusaha, pengusaha dan pemimpin organisasi komersial atau nirlaba.

Menurut Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur dalam Velicia Magdalena Kosasi (2010:305) berpendapat bahwa model bisnis paling baik dijelaskan melalui sembilan elemen dasar yang menunjukkan cara berpikir tentang bagaimana bisnis menghasilkan uang. Penjelasan kesembilan faktor di atas adalah sebagai berikut:

### **1. Key Partnership (Mitra Kunci)**

Dalam dunia industri (enterprise), suatu usaha tidak dapat berkembang dan menjalankan usahanya tanpa banyak mitra yang dapat diajak bekerja sama, hal serupa juga terjadi pada industri kopi. Perusahaan atau UMKM yang bergerak di sektor kopi sangat bergantung pada beberapa mitra

### **2. Key Activities (Aktivitas kunci)**

Kegiatan utama merupakan kegiatan yang menentukan keberhasilan suatu model bisnis. 3. Sumber daya utama Sumber daya utama menggambarkan aset utama yang menentukan seberapa baik model bisnis bekerja.

### **4. Value Propositions (Proposisi Nilai)**

Proposisi Nilai Proposisi nilai sangat penting untuk diterapkan karena akan membuat produk atau jasa menjadi lebih menarik dan unik dibandingkan produk lainnya.

### **5. Customer Relationship (Hubungan dengan Pelanggan)**

Hubungan Pelanggan Memelihara hubungan pelanggan dengan tujuan untuk menarik pelanggan baru, mempertahankan pelanggan lama dan menyediakan produk dan

layanan lama atau baru kepada pelanggan yang sudah ada. (Frans M.Royan, 2014:15)

6. Customer Segments (Segmen Pelanggan)

adalah elemen yang menunjukkan bagaimana suatu organisasi berkomunikasi dengan segmen pelanggannya dan menyampaikan proposisi nilainya.

7.. Cost Structure (Struktur Biaya)

Segmen pelanggan adalah pihak-pihak tertentu yang menggunakan jasa atau produk suatu organisasi sesuai dengan kebutuhannya.

8. Cost Structure (Struktur Biaya)

Struktur biaya Struktur biaya menggambarkan seluruh biaya yang dikeluarkan setelah model bisnis ini berjalan.

9. Revenue Streams (Aliran Dana Masuk)

Arus Kas menggambarkan bagaimana organisasi menghasilkan uang dari setiap segmen pelanggan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yakni menjelaskan dan menggambarkan secara mendalam tentang situasi atau proses yang diteliti (Moleong, 2012) Survei tersebut juga mencakup bisnis Tilapia Farm. Informan utama penelitian ini adalah pemilik dan pengelola Tilapia Farm Selain itu, penelitian ini juga mengumpulkan data sekunder melalui media social dan pesaing Tilapia Farm. Analisis data bersifat induktif secara kualitatif, dan hasil penelitian ini didasarkan pada pencarian informasi faktual secara rinci tentang fenomena yang ada dengan melakukan wawancara mendalam terhadap topik penelitian dan mengembangkan model bisnis untuk implementasinya. Hal ini bertujuan untuk mengidentifikasi isu - isu yang muncul dan praktik yang sedang berlangsung. dengan memberikan ilustrasi yang jelas.dalam penerapan business model Kanvas untuk Tilapia Farm

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Target pasar

Target pasar adalah suatu kelompok pembeli atau konsumen yang menjadi sasaran, pendekatan perusahaan untuk membeli barang ataupun produk yang dijual. Lebih singkatnya, target (pasar) adalah suatu kelompok yang akan dilayani sebagai pembeli atau konsumen. Dalam penargetan pelanggan Tilapia Farm menargetkan masyarakat sekitar yang ingin membeli yaitu terdiri dari warung makan atau penyetan pinggir jalan yang berada di dekat usaha Tilapia Farm.

### Ketersediaan Pasar

Melihat ketersediaan pasar yang ada sangat terbuka lebar ,menjadikan Tilapia Farm berusaha memenuhi ketersediaan pasar yang ada di dekat usaha Tilapia Farm saat ini. Konsumsi ikan air tawar khususnya ikan nila sebagai lauk sudah menjadi kebutuhan masyarakat ikan yang berprotein dan bergizi sebagai ikan konsumsi sehari hari. Banyak para pelaku usaha khususnya pedagang warung makanan pinggir jalan yang menjadikan ikan nila sebagai menu makanan pilihan sehingga dengan demikian tentunya perlu adanya suplai untuk memenuhi kebutuhan tersebut, Tilapia farm sebagai usaha budidaya ikan air

tawar berusaha untuk memenuhi kebutuhan tersebut sesuai dengan kapasitas produksi yang ada. Berikut data statistik dan lampiran konsumsi ikan perkapita kabupaten pati dan daerah Jawa Tengah khususnya budidaya sekala rumahan air tawar.

### Akuisisi pasar

Pangsa pasar Tilapia Farm adalah warung makan dan penyetan pinggir jalan. Tilapia Farm melakukan promosi dengan memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Whatsapp, , dan dari mulut ke mulut. Adapun cara Tilapia Farm untuk mengakuisisi pelanggan adalah sebagai berikut.:

- a. Strategi dengan menawarkan ke tetangga atau masyarakat lingkungan sekitar dan warung makan,penyetan terdekat di lokasi Tilapia farm
- b. Menjaga kualitas ,kebersihan dan pelayanan agar calon pelanggan membeli produk Tilapia farm
- c. Memberikan penawaran gratis ongkir ke konsumen
- d. Membangun kedekatan dengan konsumen melalui media social dan memberikan penawaran yang menarik konsumen

Perencanaan bisnis pada usaha Tilapia Farm menggunakan format Business Model Canvas (BMC). Fungsi metodologis model BMC memfasilitasi pemetaan, analisis, dan evaluasi setiap aktivitas yang ada dalam organisasi perusahaan Tilapia Farm. Berikut gambar BMC di tempat usaha Tilapia Farm :

KEY PARTNERS	KEY ACTIVITIES	VALUE PROPOSITION	CUSTOMER RELATIONSHIPS	CUSTOMER SEGMENT
Penyedia bibit ikan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Budidaya (pemberian pakan perawatan kesehatan, kebersihan air kolam ikan)</li> <li>- Pemasaran</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ikan hasil budidaya kolam terpal tidak bau tanah ikan , fresh</li> <li>- di ambil dari kolam secara langsung,</li> <li>- pengemasan menggunakan box sterofoam,</li> <li>- ikan diantar langsung ke pembeli tanpa ongkos kirim dengan maksimal pembelian diatas 10 kg</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memberikan promosi gratis ongkir maksimal pembelian diatas 10 kg</li> <li>- Memberikan diskon kepada pelanggan tetap</li> <li>- Memberikan edukasi seputar ikan nila dan budidaya kepada konsumen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tilapia Farm menargetkan masyarakat sekitar yang ingin membeli yaitu terdiri dari warung makan atau penyetan pinggir jalan yang berada di dekat usaha Tilapia Farm.</li> </ul>



a) Facebook

melakukan promosi dan pemasaran melalui Facebook itu dilakukan dengan cara membuat postingan terhadap story dan feed di Facebook dan dengan masuk atau mengikuti grup yang ada di Facebook kemudian menawarkan dan posting foto produk Tilapia Fram digrub tersebut, Kemudian melakukan iklan berbayar pada Facebook atau Facebook ads

b) Whatsapp

Dalam melakukan promosi dan pemasaran melalui Whatsapp yaitu dilakukan dengan cara membuat postingan pada story Whatsapp, kemudian menawarkan produk langsung ke calon konsumen melalui chat Whatshapp

c) Promosi Secara Langsung

Dalam melakukan promosi maupun pemasaran selain dilakukan melalui media sosial, kita juga dalam melakukan promosi dilakukan dengan cara menawarkan produk secara langsung kepada calon konsumen.

**4. Revenue Streams**

Pemasukan yang diperoleh pada Tilapia Farm yaitu dari hasil penjualan yang kemudian hasil tersebut diputar kembali sebagai modal berikutnya dan untuk memenuhi kebutuhan bisnis.

**5. Key Resources**

Agar dapat menghasilkan value propositions, sehingga memerlukan SDM yang berkualitas serta berkompeten dalam bidangnya, kemudian memerlukan lahan untuk pengembangan kolam selanjutnya pemilihan atau pembelian bibit yang unggul atau bibit yang baik untuk budidaya

**6. Customer Relationships**

Melakukan interaksi langsung kepada lingkungan sekitar usaha Tilapi Farm dan dengan interaksi kepada followers di media sosial Whatsapp, dan Facebook dengan cara memberikan postingan foto tentang produk TilapiaFarm kepada followers melalui media sosial tersebut, kemudian menjelaskan tentang penawaran Tilapia , serta menggratiskan ongkir dengan maksimal jarak 10 km

**7. Key Activities**

Tahapan proses dalam budidaya yaitu:

- a) Menebar Bibit
- b) Pemberian pakan
- c) Perawatan kesehatan terhadap ikan
- d) Membersihkan kolam dan memantau kondisi air kolam
- e) Membuat promosi pemasaran di Sosial Media dan promosi secara langsung

**8. Key Partners**

Dalam menunjang kelancaran dalam kegiatan bisnis diperlukan beberapa partner yang dapat membantu kegiatan bisnis : dalam menjalankan usaha Tilapia Farm berkerja sama dengan penyedia bibit untuk menyediakan bibit ikan nila yang unggul dan berkualitas

**9. Cost Structure**

Biaya tetap:

- a) Pakan
- b) Listrik

Biaya variable:

- a) Obat-obatan

b) Upah

## KESIMPULAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan dalam menjalankan usaha budidaya ikan nila pada usaha Tilapia Farm di Kabupaten Pati, menganalisa dan mengetahui kendala yang di hadapi Tilapia Farm .Studi ini menggambarkan pengembangan usaha budidaya ikan nila (tilapia farm) dengan pendekatan Business Model Canvas (BMC) sebagai suatu pendekatan yang terstruktur dan efektif dalam merancang strategi bisnis yang berdaya saing dan berkelanjutan. Dalam mengkaji pengalaman para pemilik dan pengelola usaha budidaya ikan nila yang telah menerapkan BMC, beberapa temuan penting dapat diambil. Pertama, penggunaan BMC membantu mengidentifikasi segmen pelanggan dengan lebih jelas dan memahami kebutuhan serta preferensi mereka. Hal ini memungkinkan para pelaku bisnis untuk menyusun proposisi nilai yang lebih tepat, yang dapat menjadi landasan untuk membedakan produk ikan nila mereka di pasar yang kompetitif.. Kedua, BMC membantu dalam merancang saluran distribusi yang efisien. Dengan memahami bagaimana produk dapat sampai kepada pelanggan dengan cara yang paling efektif, para pengusaha dapat mengoptimalkan proses distribusi dan memastikan ketersediaan produk di pasaran .Ketiga, penggunaan BMC juga menggarisbawahi pentingnya hubungan dengan pelanggan. Dengan memilih jenis hubungan yang sesuai dengan karakteristik pasar dan pelanggan, pengusaha dapat membangun kepercayaan dan loyalitas yang mendukung pertumbuhan jangka panjang.

Keempat, BMC membantu dalam mengelola sumber daya dengan lebih efisien. Pengidentifikasi sumber daya kunci dan aktivitas utama yang mendukung operasi budidaya ikan nila memungkinkan pengusaha untuk mengalokasikan sumber daya dengan lebih baik dan menghindari pemborosan, pendapatan yang dihasilkan dapat membantu dalam merancang strategi penghasilan yang beragam dan berkelanjutan. hal ini meminimalkan ketergantungan pada sumber pendapatan tunggal dan mengurangi risiko bisnis Secara keseluruhan, pengembangan usaha budidaya ikan nila dengan pendekatan BMC menawarkan landasan yang kuat untuk merancang model bisnis yang adaptif, berinovasi, dan berkelanjutan dalam menghadapi tantangan di sektor perikanan. dengan memanfaatkan kelebihan ikan nila sebagai produk budidaya yang menjanjikan, dan dengan pendekatan BMC sebagai alat yang membantu mengoptimalkan potensinya, peluang untuk pertumbuhan dan kesuksesan bisnis budidaya ikan nila semakin terbuka lebar.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aliyas, 2. (2016). FORTIFIKASI PAKAN IKAN DENGAN TEPUNG RUMPUT LAUT. *Pertumbuhan dan Kelangsungan Hidup Ikan Nila (Oreochromis sp.). Yang diPelihara Pada Media Bersalinitas*, jurnal sains dan teknologi tadulako 16 (1),19 - 27.
- [2] Effendi, H. (2003). *Telaah Kualitas Air bagi Pengelolaan Sumber daya dan lingkungan perairan* . Yogyakarta: Kanisius.
- [3] Moleong, L. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- [4] Nurul. (2018). Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani Dalam Diversifikasi Olahan. *Jurnal Pemberdayaan: Publikasi hasil pengabdian kepada masyarakat Vol. 2 no.2*.
- [5] Osterwalder, A. d. (2012). *Business Model Generation*. PT.ElexmediaKomputindo.

- 
- [6] Pratama, O. (2020, Juli 1). *Konservasi Perairan Sebagai Upaya menjaga Potensi Kelautan dan Perikanan Indonesia*. Retrieved from Kkp.go.id: <https://kkp.go.id/djprl/artikel/21045-konservasi-perairan-sebagai-upaya-menjaga-potensi-kelautan-dan-perikanan-indonesia>
- [7] Robisalmi, A. D. (2020). Pengembangan Usaha Kampus Melalui Inovasi Teknologi Budidaya Ikan Nila Dengan Sistem Modular pada Kolam Terpal Di Kabupaten Pangkajene Kepulauan. *Evaluasi Performa Pertumbuhan dan Heterosis Persilangan antara Ikan Nila Nirwana (Oreochromis niloticus) Betina dengan Ikan Nila Biru (Oreochromis aureus) Berita Biologi, Jurnal Ilmu Hayati*. DOI: [beritabiologi.v19i1.3758](https://doi.org/10.30605/beritabiologi.v19i1.3758) 1-11, , Berita Biologi, Jurnal Ilmu hayati .
- [8] Sukadi, M. F. (2002). Peningkatan Teknologi Budidaya Perikanan. *Jurnal Iktiologi Indonesia Vol.2, No. 2, Tahun 2002: 61-66*.
- [9] Tjarmana, M. (. (1999). Sistem Budi Daya Ikan. . *ANALISIS KUALITAS AIR PADA LOKASI BUDIDAYA IKAN AIR TAWAR DI KECAMATAN SUWAWA TENGAH*.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN