



MODEL BUSINESS CANVAS MAKANAN OLAHAN RUMPUT LAUT DI KABUPATEN BIAK NUMFOR PROVINSI PAPUA

Halomoan Hutajulu¹, Muhammad Ismail², Amelia Anna Nari³, Nur Aini⁴

¹Universitas Cenderawasih, halomoan.h@gmail.com

^{2,3}Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Provinsi Papua, ismailfolaimam@yahoo.co.id;
amelianari@gmail.com

⁴Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan, aini.nur1969.@gmail.com

ABSTRAK

Potensi pengembangan rumput laut terbaik di Papua salah satunya terletak di Kabupaten Biak Numfor, masalah di lapangan menunjukkan minimnya modal usaha, pemasaran usaha tidak berkembang, harga yang rendah, hingga minimnya keberadaan industri makanan olahan rumput laut. Industri makanan olahan rumput laut yaitu pembuatan stik oleh kelompok usaha Khasanah dan Alifa di Kabupaten Biak Numfor. Tujuan penelitian menganalisis model bisnis canvas makanan olahan rumput laut oleh kelompok usaha Khasanah dan Alifa di Kabupaten Biak Numfor Provinsi Papua. Penelitian berlangsung Januari-Februari 2021 dengan menggunakan data primer yaitu berupa aktivitas produksi, pemasaran, modal usaha, biaya produksi, pendapatan usaha budidaya rumput laut dan produk stik dari rumput laut. Narasumber penelitian sebanyak 2 kelompok usaha pembuatan makanan stik yaitu Kelompok Khasanah dan Alifa. Metode pengumpulan data dengan cara survei menggunakan kuesioner dan wawancara. Metode analisis data menggunakan *model business canvas*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa segmentasi utama pelanggan adalah pelanggan anak-anak, karyawan/pekerja dan wisatawan lokal dan mancanegara, hubungan pelanggan penawaran langsung ke konsumen dan layanan pengantaran, proposisi nilai yaitu stik mengandung serat alami dan protein, aktivitas kunci meliputi produksi dan pemasaran, sumberdaya utama yaitu fisik, manusia, keuangan dan intelektual dan aliran pendapatan dari penjualan produk olahan rumput laut dan pendapatan dari konsinyasi.

Kata Kunci: *model business canvas*, rumput laut, pendapatan, produksi, pemasaran

ABSTRACT

One of the best potential for seaweed development in Papua is located in Biak Numfor Regency, problems in the field show the lack of business capital, business marketing is not developing, low prices, and the lack of a seaweed processed food industry. The seaweed processed food industry is making sticks by the Khasanah and Alifa business groups in Biak Numfor Regency. The purpose of the study was to analyze the canvas business model of seaweed processed food by the Khasanah and Alifa business groups in Biak Numfor Regency, Papua Province. The study took place from January to February 2021 using primary data in the form of production activities, marketing, business capital, production costs, seaweed cultivation business income and stick products from seaweed. The research resource persons were 2 groups of food stick making businesses, namely the Khasanah and Alifa groups. Methods of collecting data by means of surveys using questionnaires and interviews. The data analysis method uses a business canvas model. The results showed that the main customer segmentation were children customers, employees/workers and local and foreign tourists, customer relations direct to consumer offers and delivery services, value proposition namely sticks containing natural fiber and protein, key activities include production and marketing, resources The main sources are physical, human, financial and



intellectual and revenue streams from sales of processed seaweed products and revenue from consignments..

Keywords: *business canvas model, seaweed, income, production, marketing*

Naskah diterima : 07-06-2021, Naskah dipublikasikan : 28-09-2021

PENDAHULUAN

Komoditi rumput laut (*Seaweed*) sangat potensial di Provinsi Papua, hal tersebut tercermin dari terdapatnya 13 kabupaten/kota perairan di Papua dan sangat cocok untuk dikembangkan sebagai daerah budidaya rumput laut. Penelitian Hikmah (2015) menyatakan bahwa potensi pengembangan industri pengolahan rumput laut di Indonesia masih terbuka, karena baru 20% saja produksi rumput laut mentah nasional yang dapat diserap oleh industri pengolahan di dalam negeri. Daerah tempat budidaya rumput laut tersebut yaitu Kabupaten Biak Numfor luas lahan 285 hektar, Kabupaten Supiori luas lahan 258 hektar dan Kabupaten Kepulauan Yapen luas lahan 265 hektar, Kabupaten Nabire luas lahannya 45 hektar. Jenis Cottoni (*Eucheuma Cottonii*) dan Spinosium (*Eucheuma Spinosium*) jenis rumput laut yang dikembangkan di Papua. Tingkat pengembangan usaha budidaya rumput di Biak Numfor cenderung menurun, oleh karena itu dibutuhkan langkah kongkrit dari berbagai stakeholder terkait dalam rangka pengembangan komoditas tersebut. Hutajulu *et al.* (2021) menunjukkan bahwa model pengelolaan rumput laut yang cocok di Biak Numfor yaitu kolaborasi antar stakeholder dan juga dengan pemberian bantuan modal, bibit, perlengkapan, pelatihan, penanganan hama, hingga pemasaran produk.

Upaya pemanfaatan rumput laut agar dapat menghasilkan nilai tambah (*value added*) telah dilaksanakan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Biak Numfor bekerjasama dengan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi daerah (Iptekda) Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) tahun 2015 dengan melaksanakan pelatihan pemanfaatan rumput laut dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, berupa stik, sirup, dodol, dan mie bagi kelompok ibu-ibu rumah tangga. Hasil pelatihan muncullah kelompok usaha Khasanah dan Alifa yang mengolah rumput laut sebagai makanan ringan berupa stik.

Permasalahan yang dialami oleh kelompok usaha Khasanah dan Alifa adalah keterbatasan modal usaha, peralatan dan perlengkapan produksi masih terbatas baik dari segi kapasitas maupun jumlah, kualitas rumput laut dari petani sangat buruk, varian rasa yang masih original, daya beli masyarakat di Kabupaten Biak Numfor rendah, keberadaan produk pesaing yang datang dari luar Kota Biak, keterbatasan tenaga kerja, dan belum mengadopsi media sosial dan teknologi informasi dalam pemasaran produk. Hal inilah yang melandasi penelitian tentang model bisnis kanvas makanan olahan rumput laut di Kabupaten Biak Numfor-Papua perlu dilaksanakan, karena potensi pengembangan rumput laut yang sangat potensial serta masyarakat setempat dikenal sangat konsumtif. Harapan dari penelitian ini adalah tersedianya strategi manajemen usaha olahan rumput laut yang dapat dijadikan oleh pemerintah daerah di Biak Numfor maupun para pengusaha dalam mendorong pengembangan usaha olahan rumput laut pada masa yang akan datang.

KAJIAN LITERATUR

Rumput Laut (*Seaweed*)

Rumput laut yang dibudidayakan di Indonesia adalah rumput laut yang bernilai ekonomis serta memiliki bentuk dan karakteristik yang berbeda-beda (Sediadi dan Budihardjo, 2000), secara taksonomi rumput laut dikelompokkan ke dalam divisio *Thallophyta* (Anggadiredja, 2006). Ditinjau dari kandungan pigmennya rumput laut dikelompokkan menjadi empat kelas yaitu: alga hijau, alga hijau biru, alga coklat dan alga merah (Winarno, 1996). *Rhodophyceae* memiliki pigmen *fikobilin* yang terdiri *fikoeritrin* (berwarna merah) dan *fikosianin* (berwarna biru).

Upaya pengembangan bisnis olahan rumput laut

Pengembangan bisnis olahan rumput laut di Indonesia masih sangat mudah untuk dikembangkan, hal tersebut disebabkan oleh teknik budidaya rumput laut yang mudah dikelola oleh masyarakat sehingga bisnis tersebut dapat dilakukan secara masal (Sudariastuty, 2011). Upaya peningkatan nilai tambah serta nilai jualnya, maka pengembangan usaha budidaya rumput laut harus diikuti dengan pengembangan industri pengolahannya seperti misalnya pengembangan teknologi pengolahan rumput laut menjadi berbagai jenis olahan rumput laut (Sudariastuty, 2011). upaya pengembangan industri rumput laut adalah dengan inovasi hijau dalam industri pengolahan rumput laut, khususnya pada salah satu produk karagenan/*semi refined carageenan* (Setyawati *et al.*, 2011).

Rumput laut merupakan produk hasil perikanan budidaya yang memiliki beberapa produk turunan yang dapat dimanfaatkan. Sudariastuty (2011) terdapat tiga produk turunan dari rumput laut adalah: 1) Agar-agar, merupakan hidrokoloid rumput laut yang memiliki kekuatan gel yang sangat kuat yang dihasilkan dari proses ekstraksi rumput laut kelas *Rhodophyceae* terutama genus *Gracilaria* dan *Gelidium*, 2) Keraginan, adalah hidrokoloid yang merupakan senyawa polisakarida rantai panjang yang diekstrak dari rumput laut jenis karagenofit seperti *Euचेuma sp*, *Hypnea sp*, 3) Alginat, merupakan hidrokoloid yang diekstrak dari alga coklat atau *Phaeophyceae* yang merupakan genus *Sargassum* dan *Turbinaria*.

Bisnis model kanvas (*Business Model Canvas*)

Model bisnis yang ada sangat diperlukan untuk merumuskan strategi bisnis yang tepat untuk bisnis tersebut. Osterwalder dan Pigneur (2012) menyebutkan bahwa teknik terbaik untuk memetakan model bisnis adalah dengan memakai *business model canvas*. Boedianto (2015) *Business Model Canvas* dapat menjadi pendekatan yang mudah diimplementasikan oleh kelompok bisnis dalam rangka melakukan evaluasi dan pembenahan dan pengembangan terhadap model bisnis perusahaan sehingga tercipta model bisnis baru yang lebih cocok digunakan oleh perusahaan.

Kerangka kerja (*framework*) model bisnis canvas menurut Osterwalder dan Pigneur (2012) terdiri dari: segmen pelanggan (*customer segments*), proposisi nilai (*value propositions*), jaringan (*channels*), hubungan pelanggan (*customer relationships*), arus pendapatan (*revenue streams*), sumberdaya kunci (*key resources*), aktivitas kunci (*key activities*), mitra kunci (*key partnerships*), dan struktur biaya (*cost structure*).

Penerapan *Business Model Canvas* harus terus mengembangkan strategi pengembangan segmentasi pasar. Dewobroto (2013); Fleischman dan Craig (2015); Joyce *et al.* (2015), segmentasi pasar konsumen dapat dilaksanakan berdasarkan geografis, demografis, psikografis dan perilaku konsumen. Fokus pada *Customer Segments*, reliabilitas konsumen terhadap bisnis tersebut juga dipengaruhi oleh *Customer Relationships*. Hal ini adalah jenis hubungan yang akan dijalin dengan para pelanggan dari segmen pasar yang spesifik. *Customer Relationships* sebagai bagian penting bagi perusahaan untuk mempertahankan konsumennya (Morris *et al.* 2006; Joyce *et al.* 2015).

Kelebihan *business model canvas* yang dapat menangkap hal-hal baru dapat diterapkan dalam meningkatkan pasar, sedangkan kekurangannya: a) daya tarik struktural industri, b) peluang kontekstual dan ancamannya, c) posisi relatif perusahaan dalam pasar, d) biaya yang dikeluarkan perusahaan dan nilai keuntungannya, e) kekuatan dan kelemahan dari pesang, serta f) alternatif strategi dari perusahaan (Ghezzi, 2014).



METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini akan dilaksanakan di Kabupaten Biak Numfor Provinsi Papua. Penelitian dilaksanakan mulai bulan Januari – Februari 2021. Jenis data yang digunakan adalah data primer meliputi: aktivitas produksi, pemasaran, modal usaha, biaya produksi, pendapatan usaha produksi stik dari rumput laut. Data sekunder meliputi data Provinsi Papua dalam Angka, data kondisi sosial ekonomi masyarakat di Kabupaten Biak Numfor, kebijakan pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Biak Numfor. Data tersebut diperoleh dari kantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kabupaten Biak Numfor, Dinas Kelautan dan Perikanan (DKP) Kabupaten Biak Numfor, DKP Provinsi Papua, Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Papua.

Metode pengumpulan data terdiri dari: studi kepustakaan tentang informasi tentang bisnis pengolahan rumput laut, model bisnis canvas pembuatan stik di Kabupaten Biak Numfor Provinsi Papua. Kegiatan survei dan wawancara mendalam dengan kelompok pengusaha Khasanah dan Alifa di Kabupaten Biak Numfor. Penelitian ini merupakan studi kasus pada kelompok usaha pembuatan stik yaitu Kelompok Usaha Khasanah dan Alifa. Metode pengumpulan data yaitu dengan observasi dan wawancara langsung dengan responden. Narasumber terpilih adalah kedua kelompok tersebut yaitu pemilik usaha dan karyawan yang bekerja untuk memproduksi stik. Metode analisis data penelitian yaitu pendekatan kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara berkelanjutan pada setiap blok elemen dalam *business model canvas*, selanjutnya hasil disajikan dalam bentuk pemetaan model bisnis sesuai dengan pendekatan *business model canvas*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Salah satu faktor keberhasilan dari bisnis pengolahan rumput laut adalah terletak pada aspek kreativitas dan fleksibilitas seluruh anggota kelompok usaha. Selain itu adalah aspek internal berupa semangat untuk terus menjual stik olahan rumput laut, aspek eksternal minat konsumen maupun bantuan modal usaha pemerintah daerah. Kegiatan utama kelompok usaha stik rumput laut di Kabupaten Biak Numfor yaitu berupa produksi, pemasaran dan rantai pasok (*supply chain*). Penelitian Yuliasih & Wendrawan (2013) aktivitas utama usaha dodol rumput laut adalah pengolahan dan penyimpanan bahan baku, dan *supply chain* bahan baku untuk menunjang ketersediaan bahan baku.

Biaya produksi merupakan salah satu hal penting yang harus diperhatikan, struktur biaya perlu ditetapkan dengan baik karena berdampak terhadap keberlangsungan usaha. Struktur biaya merupakan hal penting dalam model bisnis kanvas, karena menggambarkan berbagai kemungkinan pengeluaran yang akan muncul dalam menjalankan bisnis baik bersifat dinamis dan statis. Bersifat dinamis yakni terpengaruh dengan faktor lain misalnya biaya listrik, sedangkan biaya statis adalah biaya tetap misalnya sewa tanah dan bangunan.

Agar keberlangsungan usaha tetap berjalan dengan baik, maka perlu ditetapkan strategi manajemen pengembangan bisnis stik makanan olahan rumput laut agar terus dapat berkembang, maka perlu disusun strategi manajemen yang tepat, strategi tersebut dengan menyusun model bisnis kanvas budidaya rumput laut di Kabupaten Biak Numfor, melalui kegiatan identifikasi dan pemetaan terhadap elemen-elemen utama dalam model bisnis kanvas. Terdapat 9 elemen penting dalam model bisnis canvas tersebut yaitu meliputi: 1) *customer segments*; 2) *value propositions*; 3) *channels*; 4) *customer relationships*; 5) *revenue streams*; 6) *key activities*; 7) *key resources*; 8) *key partnerships*; 9) *cost structure*. Informasi lebih lengkap yaitu:



Segmentasi Pelanggan / *Customer segments*

Upaya untuk mewujudkan kelancaran produksi stik rumput laut di Kabupaten Biak Numfor Provinsi Papua merupakan hal penting yang harus diperhatikan adalah target segmentasi pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan segmentasi pelanggan yang sudah berjalan hingga sekarang ini yaitu: masyarakat dengan semua tingkatan umur, usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) bidang lainnya, turis/wisatawan, warung, toko kue dan oleh-oleh, minimarket dan supermarket, karyawan/pekerja yang terdapat di Kota Biak Numfor. Temuan Mahdi & Baga (2018) tentang segmentasi pelanggan yaitu meliputi konsumen dalam kota Depok dan Konsumen luar Kota Depok. Hal tersebut menunjukkan bahwa bisnis pengolahan rumput laut sangat cocok untuk masyarakat dari berbagai umur dan jenis kelamin.

Segmentasi pasar stik olahan rumput laut adalah pelanggan anak-anak, karyawan/pekerja, wisatawan lokal dan mancanegara. Stik olahan yang terbuat dari rumput laut sangat cocok untuk dikonsumsi oleh masyarakat mulai dari anak-anak hingga dewasa, karena memang stik salah satu jenis makanan ringan yang sangat sehat karena terbuat dari rumput laut. Informasi dari pengusaha kelompok Khasanah dan Alifa menyatakan segmen yang paling banyak mengkonsumsi stik tersebut adalah masyarakat umum, hal tersebut disebabkan bahwa stik bukan sebagai makanan berat hanya bersifat makanan ringan, sehingga sangat cocok untuk dikonsumsi sebelum makan.

Proposisi Nilai / *Value propositions*

Proposisi nilai tambah yang dihasilkan kelompok Usaha Khasanah dan Alifa Biak Numfor kepada pelanggan pada saat bisnis stik yang dijalankan telah sesuai dengan kebutuhan konsumen. Proposisi nilai yang dihasilkan berupa bentuk stik tidak mudah hancur dan memiliki rasa yang sangat enak, dan renyah, proposisi lainnya yaitu inovasi kemasan produk yang sangat menarik. Hasil wawancara dengan konsumen stik menyatakan bahwa stik hasil produksi kelompok Khasanah dan Alifa sangat enak dan renyah pada saat dimakan. Upaya untuk meningkatkan proposisi nilai stik tersebut, perlu adanya penambahan rasa lainnya selain rasa original serta membuat kemasan produk yang berukuran mini dengan harga yang lebih murah, hal tersebut dimaksudkan agar dapat menarik minat para pelajar dan juga calon konsumen lainnya yang kemampuan finansialnya terbatas.

Saluran Pemasaran / *Channels*

Saluran pemasaran produk stik di Biak yaitu berupa pemasaran langsung ke konsumen akhir. Tujuannya agar terjadi interaksi dengan pelanggan dan juga memberikan kesan yang baik bagi para pelanggan dalam rangka meningkatkan ketertarikan pelanggan terhadap stik dimasa mendatang. Saluran pemasaran lainnya yaitu jasa titip di warung, toko kue dan oleh-oleh dan minimarket dengan jumlah sebanyak 5 toko di Biak. Hal tersebut dimaksudkan untuk memperluas wilayah pemasaran dan dapat menjangkau seluruh masyarakat dengan berbagai tingkat umur dan jenis kelamin di Kota Biak.

Penelitian Mahdi (2020) menemukan bahwa saluran pemasaran langsung, berbagai pameran, pembuatan media sosial atau kanal digital oleh Koperasi Mina Agar Makmur Desa Sedari Kecamatan Cibuaya Kabupaten Karawang, Jawa Barat. Hal ini menunjukkan bahwa stik produksi lokal tersebut mampu bersaing dengan stik lain yang berasal dari luar Kota Biak Numfor. Informasi dari pengusaha Khasanah dan Alifa menitipkan masing-masing sebanyak 50 bungkus stik di berbagai toko tersebut setiap bulannya. Stik tersebut diproduksi kembali pada saat persediaan di berbagai toko tersebut sudah sedikit.

Hubungan Pelanggan/*Customer relationships*

Hubungan pelanggan juga faktor kunci keberhasilan usaha stik rumput laut di Biak Numfor. Penelitian Yuliasih (2013) strategi yang dijalankan dalam menjaga loyalitas pelanggan yaitu



menjual langsung dan penjualan melalui media sosial berupa *whatsapp* dan *facebook*, agar semakin banyak masyarakat yang mengenal produk tersebut. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan pra hingga purna jual sampai saat ini sudah baik, akan tetapi perlu terus didorong agar pelanggannya tetap setia membeli produk stik dalam rangka menjaga keberlangsungan usaha. Berbagai terobosan harus terus dilakukan oleh kelompok pengusaha Khasanah dan Alifa dalam memberikan pelayanan prima bagi pelanggan, sehingga loyalitas pelanggan tetap terjaga.

Strategi yang dilakukan oleh kelompok pengusaha Khasanah dan Alifa di Biak adalah: penawaran langsung ke konsumen, layanan pengantaran, layanan personal, layanan konsumen, dan peningkatan loyalitas pelanggan. Hal tersebut mencerminkan bahwa kepuasan pelanggan adalah kunci utama kesuksesan usaha.

Aliran Pendapatan / *Revenue streams*

Aliran pendapatan sangat dipengaruhi oleh strategi pemasaran produk oleh perusahaan yang diukur dengan uang yang diterima dari konsumen. Strategi yang tepat dan memuaskan pelanggan memiliki kontribusi nyata terhadap besaran pendapatan yang diterima oleh perusahaan. Segmentasi pelanggan dan proposisi nilai yang sudah ada dikembangkan kembali, sehingga berpotensi menghasilkan pendapatan baru bagi perusahaan.

Aliran pendapatan utama kelompok usaha Khasanah dan Alifa adalah bersumber dari penjualan produk stik olahan rumput laut yaitu sebesar Rp.4.800.000/bulan atau 88.89%, pendapatan dari konsinyasi/jasa titip sebesar Rp.450.000/bulan atau 8.33% dan jasa melakukan pelatihan sebesar Rp.150.000/bulan atau 2.78%. Proporsi pendapatan yaitu sebesar Rp.150.000/bulan 88.89%. Pendapatan produk olahan secara langsung dan metode konsinyasi yaitu sebesar Rp.17.000/bungkus. Penelitian Mahdi (2020) menyatakan sumber pendapatan Koperasi Mina Agar Makmur adalah bersumber dari penjualan produk rumput laut kering *grade 3* seharga Rp.7.000/kg, sedangkan *grade 4* dijual dengan harga Rp.4.500/kg. Hal tersebut menunjukkan bahwa penjualan produk olahan rumput laut sebesar 88.89% masih menjadi dominan sumber penerimaan bagi kelompok pengusaha dibandingkan usaha lainnya.

Kegiatan Utama / *Key activities*

Kegiatan utama yang terdapat dalam usaha bisnis rumput laut yaitu di Papua yaitu aktivitas produksi yang meliputi aktivitas penelitian yang menghasilkan inovasi tentang rasa, varian baru, bentuk tampilan stik dan kemasan bagi segmen anak-anak. Aktivitas produksi dimulai dari pembersihan rumput laut dari kotoran, merendam, mencampur dengan garam, tepung hingga menyatu adonannya, dilanjutkan memotong dengan menggunakan alat pres/pemotong sesuai bentuk yang diinginkan, memasukkan ke penggorengan, meniriskan dan mendinginkan sampai tahap memasukkan ke bungkus/kemasan. Aktivitas penting lainnya yaitu pemasaran yang mencakup aktivitas promosi dan publikasi informasi produk melalui berbagai media sosial, selebaran dan brosur/spanduk dan pengantaran produk ke pelanggan.

Penelitian Teniwut *et al.* (2020) menunjukkan agar bisnis rumput laut dapat berkembang dan berkelanjutan, maka bisnis harus diarahkan ke arah rantai pasok yang meliputi: supplier bahan baku oleh pemerintah daerah dan petani, petani rumput laut, distributor lokal, besar di luar daerah dan konsumen di luar daerah. Tsai (2006) rantai pasok dapat menciptakan pelayanan terbaik kepada pelanggan, karena memungkinkan anggota rantai pasok merespon secara cepat harapan pelanggan, inovasi produk yang baik dan mengantisipasi kebutuhan pelanggan. Tahir (2020) Agar hal ini dapat dirasakan manfaatnya maka diperlukan strategi pengembangan rantai pasok rumput laut di Kabupaten Bantaeng dengan membentuk koperasi usaha rumput laut, membentuk forum antar pelaku usaha rumput laut untuk penanganan panen dan pascapanen, melaksanakan pendidikan dan pelatihan yang memprioritaskan petani rumput laut yang mendukung terciptanya

kualitas rumput laut, dan melaksanakan forum antar pelaku usaha rumput laut. Hal ini perlu untuk dilakukan di Papua dalam rangka mengembangkan rantai pasok rumput laut.

Sumberdaya Kunci / Key resources

Jackson & Harjanti (2015) menjelaskan dalam penciptaan proposisi nilai, menjangkau pasar, menjaga hubungan dengan pelanggan, dan memperoleh pendapatan perusahaan membutuhkan sumberdaya utama. Osterwalder dan Pigneur (2012) menjelaskan sumberdaya kunci meliputi: sumberdaya fisik, finansial, intelektual dan sumberdaya manusia.

Sumberdaya fisik kelompok usaha pengolahan bisnis rumput laut di daerah Biak Numfor Provinsi Papua yaitu meliputi: rumah produksi, peralatan dan mesin pembuat stik, peralatan kemasan, bahan baku sarana transportasi. Penelitian Osterwalder dan Pigneur (2012); Yuliasih dan Wendrawan (2013); Mahdi (2016) sumberdaya utama dapat berbentuk sumberdaya fisik, finansial, intelektual, sumberdaya manusia. Hal ini menggambarkan bahwa jenis aktivitas bisnis rumput laut apapun yang dijalankan di seluruh wilayah Indonesia, bahwa sumberdaya utama adalah sama semuanya.

Oleh karena itu dibutuhkan upaya pemeliharaan yang baik dan reguler terhadap sarana fisik dengan baik, agar dapat terus dimanfaatkan dalam produksi stik dan komoditi lainnya. Faktor keuangan juga menjadi masalah utama bagi para pengusaha di Biak, hal ini dapat dibantu pemerintah dengan memfasilitasi para kelompok usaha untuk memanfaatkan dana Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang disediakan oleh pemerintah pusat dalam rangka mengembangkan usaha rakyat. Strategi lainnya yaitu dengan terus mengembangkan kemampuan intelektual pemilik dan seluruh karyawan yang terdapat di bisnis tersebut baik berupa video-video pelatihan pengembangan bisnis rumput laut yang tersedia di *youtube* maupun dengan cara menyurati pemerintah daerah Kabupaten Biak Numfor agar membantu penyediaan pelatihan bagi anggota kelompok usaha.

Kemitraan Utama / Key partnerships

Era modernisasi dan revolusi industri 4.0 yang menghasilkan permasalahan yang disebabkan oleh penggunaan teknologi sebagai basis utama pertumbuhan. Hal ini menjadi dasar dimunculkannya konsep 5.0 yaitu masyarakat yang berpusat pada manusia dengan menyeimbangkan kemajuan ekonomi dengan penyelesaian masalah sosial melalui sistem yang sangat mengintegrasikan ruang maya dan ruang fisik. Konsep kemitraan inilah menjadi kunci keberhasilan bisnis rumput laut di Provinsi Papua, dimana seluruh *stakeholder* terkait yang terlibat dalam mengembangkan bisnis rumput laut harus tetap sejalan dan memiliki visi yang sama agar bisnis rumput laut maju.

Tingkat kemitraan kelompok bisnis rumput laut di Biak Numfor adalah masih didominasi oleh petani rumput laut. Koperasi Karper sebagai pihak pengumpul di daerah tersebut, keberadaan LSM Runsrans dan Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Biak Numfor, Provinsi Papua dan LIPI Cabang Biak sebagai pihak pelaksana pelatihan pengolahan rumput laut dan pemberi bantuan peralatan pembuatan stik, modal usaha, pelatihan dan pendampingan hingga membantu pemasaran hasil. Penelitian Abidin (2019) juga sepakat bahwa kemitraan petani dan pemerintah setempat perlu ditingkatkan dalam rangka pengelolaan rumput laut. Temuan Suryawati *et al.*, (2017) menyatakan bahwa dalam model kemitraan perlu dimasukkan skema pengelolaan untuk setiap fokus kegiatan sebagai prasyarat keikutsertaan dalam kemitraan. Maryam dan Akhmad (2018) menyatakan kemitraan memiliki dua pola yaitu: pertama, petani melakukan mitra langsung kepada mitra, kedua, petani melakukan mitra dengan sesama petani rumput laut yang sebelumnya sudah memiliki mitra. Penelitian Anwar (2011) menunjukkan strategi yang dibutuhkan dalam pengembangan usaha rumput laut adalah pemusatan peran *stakeholder* agar



berpusat pada satu sistem pengelolaan untuk melakukan kerjasama, sehingga praktek kemitraan dapat berjalan lebih optimal.

Struktur Biaya / Cost structure

Struktur biaya sebagai elemen terakhir dalam pembuatan pemetaan model bisnis kanvas stik oleh kelompok usaha Khasanah dan Alifa di Kabupaten Biak Numfor Provinsi Papua. Pada elemen ini menjelaskan jumlah biaya yang harus dibayarkan oleh kelompok usaha tersebut dalam setiap aktivitas bisnisnya. Jumlah biaya-biaya yang dikeluarkan menjadi biaya produksi usaha meliputi: biaya listrik, air, gaji karyawan tetap, pemeliharaan peralatan dan mesin produksi, biaya pembelian bahan rumput laut, biaya pengiriman barang, biaya kemasan plastik, biaya cetak kemasan.

Struktur biaya bisnis pengolahan rumput laut di Biak Numfor Provinsi Papua meliputi biaya produksi, gaji karyawan, biaya pemasaran, biaya pulsa telepon dan biaya promosi. Penelitian Luhur *et al.*, (2012); Ilyas *et al.*, (2020) menyatakan bahwa struktur biaya penerimaan usaha budidaya rumput laut terdiri dari biaya tetap meliputi: biaya penyusutan aset atau depresiasi dan biaya tidak tetap terdiri dari bibit, tenaga kerja dan biaya pemeliharaan aset. Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan usahatani rumput laut adalah biaya tenaga kerja, biaya bibit, produksi rumput laut dan luas ancah (Rafsanjani *et al.*, 2014).

Strategi yang dapat dilakukan oleh kelompok usaha Khasanah dan Alifa dalam rangka menurunkan biaya produksi, tetapi di sisi lain dapat memperluas jalur pemasaran produk yaitu bagi hasil dengan pegawai berupa prosentase sebesar 2-5% dari setiap penjualan yang dihasilkan oleh karyawan tersebut di luar waktu jam kerja. Penelitian Shodiq *et al.*, (2016) menunjukkan bahwa salah satu strategi pemasaran yang dapat mendukung bisnis pengembangan rumput laut di Koperasi Anika Usaha di Kabupaten Sumenep dengan menekankan pada strategi diversifikasi produk yaitu: a) membuat produk baru berbahan baku rumput laut, b) Selalu mengikuti perkembangan pasar dengan melakukan komunikasi yang baik dengan instansi pemerintahan baik provinsi maupun kabupaten, c) menciptakan hubungan yang baik kepada konsumen dengan memberikan pelayanan terbaik, d) membuat standarisasi produk sendiri dengan menggunakan dinas terkait sebagai acuannya. Syahrir (2017) menambahkan bahwa faktor kemitraan langsung dengan industri pengolahan dan eksportir, melakukan promosi produk, fokus pada pasar yang sudah ada, membentuk kelompok untuk meningkatkan posisi tawar dalam pemasaran produk rumput laut di Kabupaten Bone. Hasil berbagai temuan penelitian di atas menunjukkan bahwa struktur biaya yang dominan yang harus ditanggung oleh seorang pengusaha rumput laut yaitu biaya produksi, dan gaji karyawan.

Tabel 1 Pemetaan model bisnis canvas kelompok Usaha Khasanah dan Alifa di Kabupaten Biak Numfor Provinsi Papua

Key Partnerships	Key Activities	Value Proposition	Customer Relationship	Customer Segments
1. Petani rumput laut 2. Tempat penitipan barang (<i>consignor</i>) 3. Dinas terkait (Dinas Kelautan dan Perikanan, Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM) 4. Koperasi Karper 5. LSM Runsrani dan Krisna (Bali) 6. Perusahaan Daerah Yamese 7. Perusahaan Lasuri (Makassar) 8. LIPI Cabang Biak	1. Produksi 2. Pemasaran 3. Penjualan <u>Key Resources:</u> 1. Fisik (pabrik dan infrastrukturnya, bahan baku dan pendukung) 2. Manusia (pemilik dan karyawan) 3. Modal/keuangan (Investor) 4. Kemampuan/Intelektual	1. Bentuk stik tidak mudah hancur dan rasa yang enak dan renyah 2. Pemberdayaan masyarakat petani rumput laut 3. Inovasi kemasan yang sangat menarik 4. Varian rasa dalam produk olahan rumput laut 5. Layanan personalisasi produk	1. Penawaran langsung ke konsumen 2. Layanan pengantaran 3. Mengikuti pameran 4. Pemberian bonus jika membeli dalam jumlah \pm 50 bungkus 5. Menyediakan layanan konsumen 6. Peningkatan loyalitas pelanggan <u>Channels:</u> 1. Pemasaran langsung Rp.100.000 2. Warung, Toko kue dan oleh-oleh dan minimarket Rp.150.000 3. Telepon/HP Rp.50.000 4. Media sosial (<i>whatsapp, facebook</i>) Rp.50.000 5. Brosur/spanduk Rp.150.000	1. Pelanggan anak-anak 2. Karyawan/pekerja 3. Wisatawan lokal dan mancanegara
<u>Cost Structure:</u> 1. Penggunaan listrik (per bulan) Rp.50.000 2. Pemakaian air (per bulan) Rp.50.000 3. Gaji karyawan (per bulan) Rp.1.500.000 4. Biaya pemeliharaan peralatan dan mesin produksi (per bulan) Rp.100.000 5. Biaya pembelian bahan rumput laut (per bulan) Rp.280.000 6. Biaya pengiriman barang (per bulan) Rp.100.000 7. Biaya kemasan plastik (per bulan) Rp.25.000 8. Biaya percetakan kemasan (per bulan) Rp.50.000 9. Biaya pemasaran (per bulan) Rp.500.000 10. Biaya pulsa telepon (per bulan) Rp.50.000		<u>Revenue Streams:</u> 1. Penjualan langsung stik ke konsumen Rp.4.800.000 2. Pendapatan dari konsinyasi/jasa titip Rp.450.000 3. Jasa melakukan pelatihan/ training bagi masyarakat atau dinas Rp.150.000		

Sumber: Data primer diolah, 2021

Seluruh blok elemen dasar dalam *business model canvas* mencakup empat bidang utama pada suatu bisnis yaitu: pelanggan, penawaran, infrastruktur, dan finansial (Osterwalder dan Pigneur, 2012). Upaya untuk memajukan usaha rumput laut berupa stik di Kabupaten Biak Numfor, maka elemen kepuasan pelanggan perlu untuk ditingkatkan kualitasnya pelayanan mulai dari order hingga pembelian hingga mencapai optimal. Hal-hal yang harus diperhatikan adalah ekspektasi konsumen terhadap rasa original dan renyah, serta performa bentuk stik tetap utuh dan tidak hancur, sehingga harapan pelanggan tetap terjaga. Agar ekspektasi konsumen tetap terjaga, maka diperlukan inovasi berupa rasa yang berbeda.

Kepuasan fungsional konsumen yang diperoleh dengan mengkonsumsi stik membuat pelanggan menjadi kenyang dan puas perlu untuk diperhatikan oleh para pengusaha. Ditinjau dari pola konsumsi masyarakat di Biak Numfor adalah tipe pelanggan setia terhadap suatu produk. Hal ini menjadi peluang bagi para kelompok pengusaha dalam mengembangkan bisnis ini. Agar potensi ini dapat semakin nyata, maka diperlukan terobosan oleh pengusaha berupa varian rasa dan warna stik yang dijual dengan varian baru serta dengan melakukan penjualan secara massif melalui media sosial: *facebook*, *whatsapp* dan lain sebagainya.

Tingkat harga menjadi salah satu faktor penentu kepuasan pelanggan maupun bertambahnya calon pelanggan baru, harga stik yang dijual yaitu Rp.18.000/bungkus dengan ukuran 130 gram, untuk masyarakat umumnya yang tinggal di Kota Biak Numfor harga ini sudah termasuk mahal. Oleh karena itu hal ini perlu diperhatikan oleh pengusaha karena berdampak terhadap penurunan jumlah pelanggan untuk mengkonsumsinya. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pengusaha yaitu dengan membuat stik ukuran mini misalnya ukuran 50-75 gram dengan harga Rp.5.000-Rp.10.000/bungkus, hal ini diharapkan dapat merangsang para pelajar atau konsumen lain membeli stik tersebut.

PENUTUP

Simpulan

Hasil pemetaan model bisnis canvas stik di Kabupaten Biak Numfor Provinsi Papua menunjukkan segmentasi utama pelanggan adalah masyarakat dengan tingkat umur ± 4 tahun, hubungan pelanggan penawaran langsung ke konsumen dan layanan pengantaran stik untuk menjaga loyalitas konsumen, proposisi nilai yaitu stik mengandung serat alami dan protein, yang sangat sehat bagi tubuh manusia, aktivitas kunci meliputi produksi dan pemasaran stik, sumberdaya utama yaitu fisik, manusia, keuangan yang digunakan dalam proses produksi pembuatan stik dan intelektual dan aliran pendapatan dari penjualan produk olahan rumput laut dan pendapatan dari konsinyasi/jasa titip yang digunakan dalam kelanjutan usaha maupun pengembangan usaha stik pada masa mendatang.

Saran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha stik rumput laut kelompok Khasanah dan Alifa perlu menerapkan strategi bisnis berupa bisnis model kanvas dalam pengembangan usaha. Bagian penting yang harus dipahami dengan baik terletak pada aspek manajemen keuangan usaha terutama berkaitan dengan arus pendapatan yang perlu dikembangkan misalnya mengikuti pameran produk dan penjualan menggunakan website dan media sosial.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyampaikan terimakasih kepada Dr. Mubariq Ahmad sebagai Direktur CSF Indonesia bekerjasama dengan IPB University yang telah mendanai penelitian ini tahun anggaran 2020 dan mentor Desta Cristy Pratama, SE, M.Sc.

REFERENSI

- Abidin, Z. (2019). Kontribusi usaha budidaya rumput laut dalam memperluas lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan. *Jurnal pertahanan dan bela negara*. 9(1): 31-44.
- Anggadiredja, J. T. (2006). *Rumput Laut*, Jakarta: Penebar Swadaya.
- Anwar, A. (2011). Analisis kebijakan dan strategi pengembangan usaha rumput laut *Euchema Cottoni* di Kabupaten Bantaeng. *Octopus Jurnal ilmu perikanan*. 1(1): 103-109
- Boedianto, L. P. (2015). Strategi Pengembangan Bisnis Pada Depot Selaris Dengan Pendekatan Business Model Canvas. *Agora*. 3(2): 292-301.
- Dewobroto, W. S. (2013). Penggunaan Business Model Canvas Sebagai Dasar iUntuk Menciptakan Alternatif Strategi Bisnis Dan Kelayakan Usaha. *Jurnal Teknik Industri Universitas Trisakti*. 1: 215-230.
- Fleischman, D., & Craig, J. (2015). Exploring integration of non-economic goals into business models of small regional food enterprises: embedded value creation. *Journal of new business ideas & trends*. 13(2): 39-56
- Ghezzi, A. (2014). The dark side of business models: the risks of strategizing through business models alone. *Strategic Direction*. 30(6): 1-4.
- Hikmah. (2015). Strategi pengembangan industry pengolahan komoditas rumput laut E. Cottonii untuk peningkatan nilai tambah di sentra kawasan industrialisasi. J. kebijakan Sosek KP. 5(1): 27-36.
- Hutajulu. H., Ismail, M., Nari A. A., & Aini, N. (2021). Analisis pengembangan ekonomi masyarakat nelayan pengelola rumput laut di Provinsi Papua. Laporan Penelitian. CSF Indonesia-IPB University.
- Ilyas., Ridwan, M., Kasmi, M., Natsir, A. B. A., & Seniorita. (2020). Pengembangan daya saing usaha rumput laut secara integratif sebagai peningkatan income masyarakat pesisir di Kabupaten Pangkep. *Jurnal Ipteks PSP*. 7(13): 53-61.
- Jackson, A., & Harjanti, D. (2015). Evaluasi dan perancangan model bisnis pada kaisar organizer dengan business model canvas. *Agora*. 3(2): 302-305.
- Joyce, A., Paquin, R., Pigneur, Y., Nancy, & France. (2015). *The triple layered business model can-vas: a tool to design more sustainable business models*. Conference Contribution. With assistance of ARTEM. Nancy, France (Organizational Creativity International Conference). Available online at https://www.academia.edu/12914336/The_triple_layered_business_model_canvas_a_tool_to_design_more_sustainable_business_model, updatedon 2015, checked on 6/20/2015.
- Luhur, E. S., Witomo, C. M., & Firdaus, M. (2012). Analisa daya saing rumput laut di Indonesia (Studi kasus: Kabupaten Konawe Selatan, Sulawesi Tenggara). *Jurnal Sosek KP*. 7(1): 55-66.
- Mahdi, A. F., & Baga, L. M. (2018). *Business model canvas* perusahaan pengolahan rumput laut. *Forum agribisnis*. 8(1): 1-16
- Mahdi, A. F. (2020). Strategi pengembangan koperasi pengolahan rumput laut dengan pendekatan *business model canvas*. Tesis [Sekolah Pascasarjana IPB University].
- Maryam, N., Akhmad, R. (2018). Pola kemitraan usaha budidaya rumput laut di dusun Kaliasan Desa Seriwe Kecamatan Jerowaru. *Jurnal Geodika*. 2(2): 25-40.



- Morris, M. H., Schindehutte, M. & LaForge, R.W. (2006). Entrepreneurial marketing: a construct for integrating emerging entrepreneurship and marketing perspectives. *Journal of Marketing Theory and Practice*. 10(4): 1-19.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2012). *Business model generation*. Jakarta (ID): PT. Elex Media Komputindo.
- Rafsanjani, A., Sunarsih, M., & Agustina, T. (2014). Efisiensi pemasaran dan pendapatan usahatani rumput laut (*Eucheuma Cottoni SP*) di Kabupaten Situbondo. *Berkala ilmiah pertanian: xx(xx)*: 1-9.
- Sediadi, A., & Budihardjo, U. (2000). *Rumput laut komoditas unggulan*. Jakarta: Grasindo Ristek.
- Setyawati, E., Ma'arif, S. & Arkeman, Y. (2011). Inovasi hijau dalam industri pengolahan rumput laut *Semi Refined Carrageenan (SRC)*. *Jurnal Teknik Industri*. 21-30.
- Shodiq, J., Yulisetiari, D., & Sriono. (2016). Strategi pemasaran yang sesuai guna memasarkan rumput laut hasil budidaya Kabupaten Sumenep. *Artikel ilmiah mahasiswa 2016*. <http://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/77479/JA%27FAR%20SHODIQ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Sudariastuty, E. (2011). *Pengolahan Rumput Laut*. Jakarta: Pusat Penyuluhan dan Perikanan.
- Suryawati, S. H., Nurlaili, Witomo, C. M., & Zamroni, A. (2017). Kemitraan pemasaran rumput laut dalam upaya pengentasan kemiskinan di Kabupaten Lombok timur dan Lombok Tengah, Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Buletin ilmiah Marina Sosial ekonomi kelautan dan perikanan*. 3(1): 29-38.
- Syahrir, M. (2017). Analisis strategi pemasaran rumput laut gracilaria SP di Kabupaten Bone (Studi kasus di Kecamatan Sibulue). *Prosiding seminar nasional KSP2K II*. 1(2): 122-137.
- Tahir, R. (2020). Analisis hubungan rantai pasok terhadap kualitas rumput laut di Kabupaten Bantaeng. *Jurnal galung tropika*. 9(1): 19-30.
- Teniwut, W. A., Betaubun, K. D., Marimin, M., & Djatna, T. (2020). Mitigasi rantai pasok rumput laut dengan pendekatan *house of risk* dan *fuzzy AHP* di Kabupaten Maluku Tenggara. *Agritech*. 40(3): 242-253.
- Tsai, Y. L. (2006). *Supply chain collaborative practise, 12th international federation of purchasing & supply management (IFPSM)*. Salzburg. 46162.
- Winarno, F. G. (1996). *Teknologi Pengolahan Rumput Laut*. Jakarta; Pustaka Sinar Harapan.
- Yuliasih, I., Wendrawan, F. T. (2013). Pengembangan model bisnis produk rumput laut (*Euchemacottonii*). *E-Jurnal agroindustri Indonesia*. 2(1): 134-144.