

**EVALUASI MODEL BISNIS PETERNAK LELE DESA BANGKOK
DENGAN PENDEKATAN BISNIS MODEL CANVAS****Oleh :****Muhamad Puad Zaqa Sauqi Fataqi,**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis/ Manajemen, Universitas PGRI Kediri

Email : zakasauqi@gmail.com

.Article Info*Article History :**Received 16 July - 2022**Accepted 25 July - 2022**Available Online**31 July - 2022***Abstract**

Pokdakan Sumber Rejeki is a group of fish farmers in Bangkok village that was founded in 2017. In order to run a business well, a good plan is needed. Canvas business is one method for managing business so that it can be carried out properly. The purpose of this research is to provide an analysis and evaluation of the application of the business model carried out by Pondakan Sumber Rejeki on the basis of a study using the canvas business model theory. The analysis used is qualitative analysis with in-depth interviews in collecting primary data with descriptive writing characteristics. The results of this study are making evaluation of Pokdakan Sumber Rejeki's business by paying more attention to the management of the organizational structure which focusses on development of knowledge and technology. Hopefully, the evaluation of this research can improve the benefit and development of Pokdakan Sumber Rejeki..

Keyword :

*Managemen, Business
Model, Business Model
Canvas*

1. PENDAHULUAN

Ternak lele mutiara menjadi salah satu unit Pokdakan Rejeki di Desa Bangkok Kecamatan Gurah Kabupaten Kediri yang telah berjalan puluhan tahun dan sudah menjadi warisan secara turun temurun hingga sekarang ada 29 peternak. Kondisi persaingan dagang yang semakin meningkat menuntut Pokdakan Sumber Rejeki untuk menambah kapabilitas serta berkreasi agar produk yang mereka jual dapat bersaing dan menemukan inovasi produk yang baru.

Program Matching Fund adalah program pendanaan dari Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi yang melibatkan insan perguruan tinggi dan DUDI untuk bersamasama terlibat dalam membentuk ekosistem Kampus Merdeka–Merdeka Belajar. Pada Program Matching Fund Universitas Nusantara PGRI bersama mitra Pokdakan Sumber Rejeki Desa Bangkok, Kecamatan Gurah, Kabupaten Kediri yang bergerak pada bidang usaha peternakan lele untuk meningkatkan ekonomi masyarakat desa pada umumnya dan khususnya pada peternak lele.

Dalam sebuah unit usaha haruslah ada kemampuan tata kelola yang dalam hal penerapan model bisnis menjadi aturan dasar sebagai rencana pengembangan bisnis tersebut. Maka dari itu perlu dilakukan sebuah analisis terhadap Pokdakan agar diketahui bagaimana model bisnis kelompok tersebut. Model bisnis menjadi satu dari beberapa faktor yang akan mempengaruhi jalannya sebuah bisnis serta menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing terhadap kompetitor. Dari pemaparan di atas secara garis besar dapat diartikan bahwasanya peran model bisnis mempunyai andil yang berpengaruh karena perannya yang sangatlah vital dalam menentukan keberlangsungan unit usaha. Adapun yang sering digunakan untuk menilai hal tersebut adalah model bisnis canvas yang mana sudah sering memberikan kontribusi terhadap organisasi/unit usaha.

Penelitian dari madania pada salah satu UMKM kuliner Malang di Omah Saji menghasilkan Model Bisnis Kanvas yang baru menghasilkan model bisnis yang lebih terperinci dan dapat lebih berpotensi menjangkau pasar yang

lebih luas. Model bisnis yang dirumuskan lebih memerhatikan permasalahan pelanggan dan dari permasalahan tersebut ditawarkan solusi yang sesuai (Madania, 2021).

Penelitian dari Herlina pada kios tanaman hias Vinang Merah menggunakan metode bisnis kanvas mampu membentuk brand bagi kios tanaman hias Vinang Merah yang pada gilirannya akan meningkatkan aliran pendapatan. Saran manajemen usaha kios tanaman hias Vinang Merah (Herlina, 2022).

Berdasar hasil penelitian dari Sunarto dkk. Pada PT. Asuransi Tripakarta dengan metode Bisnis Model Kanvas menunjukkan bahwa kekuatan tertinggi terletak pada elemen Mitra Kunci dan Saluran dengan nilai 4.1 dan 3.7. Selain itu, kelemahan tertinggi ditunjukkan oleh Kegiatan Utama dan elemen Sumber Daya Utama dengan nilai 3,10 dan 3,00. Keduanya memiliki kelemahan yang relatif rendah dibandingkan dengan kelemahan elemen lainnya (Sunarto et al., 2022).

Selama ini Pokdakan Sumber Rejeki tidak pernah melaksanakan analisis dengan metode bisnis kanvas. Diharapkan penelitian ini dan menjadi bahan acuan Pokdakan Sumber Rejeki dalam meningkatkan dari SDM dan omset.

2. KAJIAN PUSTAKA DAN PEGEMBANGAN HIPOTESIS Manajemen Strategi

Manajemen Strategi merupakan kumpulan keputusan manajerial yang mana pada aksi pengambilan keputusan memiliki pertimbangan jangka panjang untuk perusahaan yang meliputi analisis terhadap lingkungan (lingkungan eksternal dan internal), penyusunan strategi, penerapannya, dan evaluasi dan pengendaliannya (Hunger, D.J., dan Wheelen, 2012).

Organisasi menjadi hal yang penting karena dalam praktik penerapannya menjelaskan tentang implementasi terhadap rencana yang dibuat oleh organisasi melalui keputusan dan tindakan yang telah ditetapkan dengan harapan akan menghasilkan titik temu dari formulasi yang telah dirancang (Azhar, 2012).

Model bisnis adalah sebuah strategi yang dalam fungsinya untuk menjalankan roda bisnis. Dalam upaya mempermudah dalam memetakan model bisnis dengan tepat diperlukan *Business model canvas* (BMC). Teknik BMC dipergunakan dengan maksud menggambarkan secara rinci serta menyeluruh terhadap kondisi suatu usaha yang digunakan untuk mengevaluasi tentang adanya kesalahan konsep dan melakukan perbaikan dalam proses menjalankan usahanya dilihat berdasarkan

segmen konsumen dengan sangat sederhana, value yang ditawarkan, jalur penawaran nilai, hubungan dengan pelanggan, aliran pendapatan, mitra kerja sama, dan struktur biaya yang dimiliki (Hutamy et al., 2021; Rainaldo et al., 2017)

The Business Model Canvas

Business Model Canvas dapat diistilahkan sembilan blok bangunan bisnis yang mendeskripsikan, menganalisa, serta merancang strategi perusahaan. Bagian-bagian tersebut merupakan hal penting untuk menciptakan manfaat dan kemanfaatan untuk para pelanggann yang mana sembilan blok tersebut meliputi Customer Segment, Value Proposition, Channels, Customer Relationship, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnership dan Cost Structure (Osterwalder & Pigneur, 2010).

A. Customer Segments

Menerangkan tentang kelompok orang atau organisasi yang menjadi sasaran untuk dituju dan dilayani oleh perusahaan. Tanpa menargetkan pelanggan, sebuah bisnis tidaklah dapat bertahan dalam waktu yang lama, maka dari itu mereka adalah inti dari setiap model bisnis yang ada (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Ditambahkan oleh (Osterwalder & Pigneur, 2010). Customer Segment mempunyai beberapa jenis antara lain Mass Market (Pasar Terbuka), Niche Market (Pasar Khusus), Segmented (Pasar Tersegmentasi), Diversified (Diversifikasi Pasar), Multi-Sided Platforms (Multi Pasar) yang dapat diartikan sebagai berikut.

1. Pasar Terbuka, dalam model bisnis ini pasar massal tidak membedakan antara segmen pelanggan yang berbeda. Dalam proposisi nilai, hubungan pelanggan, dan saluran distribusi semuanya menjadi kelompok besar pelanggan yang memiliki kebutuhan serta permasalahan yang lebih kompleks yang sering ditemukan pada sector konsumen dengan basis elektronik (online).
2. Pasar Khusus, memiliki target pasar tertentu atau bersifat khusus. Proposisi nilai, saluran distribusi, dan hubungan daripada pelanggan semua telah disesuaikan dengan target capaian.
3. Pasar Tersegmentasi, sebuah aktivitas bisnis yang memisahkan segmen pasar yang memiliki sedikit kebutuhan dan masalah.
4. Diversifikasi Pasar, sebuah organisasi yang memiliki model bisnis pelanggan yang terdiversifikasi yang bila dijabarkan menjadi melayani dua segmen pelanggan yang tidak berhubungan (kebutuhan dan masalah yang sangat berbeda).

5. Multi Pasar, sebuah model bisnis yang memiliki keterikatan karena notabennya merekan saling bergantung.

B. Value Propositions

Dalam Value Propositions (VP) yang kuat dinilai dapat berpengaruh dalam sebuah keberhasilan model bisnis lainnya. Hal tersebut di sebabkan value propositions dapat mengenali kebutuhan dan ketidakpuasan dari produk pada pasar. Dalam penerapannya, Value propositions harus mempertimbangkan berbagai macam paradigma yang dimiliki oleh pelanggan. (Osterwalder & Pigneur, 2010).

C. Channels

Sebuah cara sebagaimana digunakan untuk menyampaikan dan menawarkan value proposition yang dimiliki sebuah perusahaan kepada para konsumen baik melalui komunikasi, distribusi dan juga kanal penjualan (Osterwalder & Pigneur, 2010).

D. Customer Relationships

Dalam menjaga hubungan antara perusahaan dan pelanggan perlu adanya pemeliharaan dan dibangunnya sebuah hubungan baik dengan setiap segmen pelanggan telah ditentukan. Menjelaskan tujuan dari tindakan tersebut untuk mempengaruhi tingkat keberhasilan model bisnis yang lain. Pada dasarnya pelanggan dapat mengidentifikasi tentang kebutuhan dan ketidakpuasan produk yang ada di pasar. Tujuan lain dari segmen ini adalah menjaga dan menjadi tolak ukur untuk mempertimbangkan paradigma yang dimiliki oleh pelanggan mengenai harga dari barang yang di rasa sesuai (Osterwalder & Pigneur, 2010).

E. Revenue Streams

(Osterwalder & Pigneur, 2010), revenue streams atau aliran pendapatan merepresentasikan perusahaan yang dihasilkan dari setiap segmen pelanggan. Suatu model bisnis dapat melibatkan dua jenis aliran pendapatan, yaitu pendapatan transaksi yang dihasilkan dari one-time customer payments dan pendapatan yang berkelanjutan atau berulang yang dihasilkan dengan memberikan proposisi nilai pada pelanggan maupun menyediakan dukungan post-purchase bagi pelanggan. Beberapa cara yang dapat dilakukan untuk meraih pendapatan adalah melalui penjualan, usage fee (berdasarkan layanan yang digunakan, seperti pada hotel atau perusahaan telekomunikasi), Subscription, Lending/Renting/Leasing (memberikan hak untuk menggunakan asset tertentu), dan Licensing (Memberikan pelanggan untuk menggunakan kekayaan intelektual yang dimiliki).

F. Key Resources

Key Resources merupakan sumber daya utama (asset penting) dalam upaya mencukupi daya tawar sebagaimana dalam penyampaian poin – poin yang telah dijelaskan sebelumnya. Key resources dapat berbentuk fisik, keuangan atau finansial, intelektual atau pengetahuan, dan manusia (Osterwalder & Pigneur, 2010).

G. Key Activities

Merupakan aktivitas utama yang mana menjelaskan bagaimana sebuah aktivitas usaha dalam upaya menjalankan bisnis agar bisnis modelnya tetap berjalan. Sebuah aktivitas utama yang penting dengan tetap memperhatikan sumber daya yang ada karena key activities digunakan dalam upaya menciptakan proposisi nilai, jangkauan pasar yang bertujuan mempertahankan hubungan dengan pelanggan sampai dengan mendapat sebuah pendapatan. Key activities dikategorikan ke beberapa hal yang diantaranya produksi, pemecahan masalah, dan platform/jaringan layanan dan promosi (Osterwalder & Pigneur, 2010).

H. Key Partners

Pelaksanaan model bisnis dengan sumberdaya yang didapat dari hubungan di luar perusahaan (Osterwalder & Pigneur, 2010). Bangunan kemitraan menggambarkan jaringan pemasok dan mitra yang membuat model bisnis dapat bekerja. Perusahaan membangun kerjasama untuk mengoptimalkan model bisnis, mengurangi risiko, atau memperoleh sumber daya yang dibutuhkan.

I. Cost Structure

Sebuah gambaran seluruh biaya yang harus digelontorkan perusahaan dalam pengoperasian model bisnis. Blok ini menjelaskan tentang biaya penting ketika kegiatan operasional berlangsung. Hal ini bertujuan memberikan nilai, mempertahankan hubungan dengan pelanggan, dan menghasilkan sesuatu menyebabkan timbulnya biaya. Bagian ini berisi kajian literatur yang dijadikan sebagai penunjang konsep penelitian.

3. METODE PENELITIAN

Penulisan ini menggunakan deskriptif dengan metode penelitian kualitatif. Menurut (Indrawati, 2015b) penelitian deskriptif dibuat dalam upaya memberikan gambaran tentang karakteristik dari suatu kelompok yang diteliti dalam situasi tertentu, jenis penelitian ini pada umumnya dilakukan pada saat peneliti sudah memahami dan mengetahui tentang variabel yang akan digunakan dalam mengukur sang objek. Dalam hal ini peneliti hanya memberikan gambaran tentang variabel tersebut, tanpa melakukan tes terhadap hubungan atau pengaruh antar variabel.

Kemudian menurut (Sugiyono, 2014) penelitian kualitatif sebuah jenis penelitian yang mana dilakukan hanya pada saat kondisi yang

berkembang apa adanya (alamiah) tanpa adanya manipulasi yang dilakukan peneliti. Dalam kondisi ini kehadiran peneliti tidak mempengaruhi dinamika yang ada terhadap objek yang sedang diteliti. Jhal ini disebabkan penelitian kualitatif haruslah melihat realita sosial yang harus dijaga utuh dan dinamis. Menurut Somantri (Indrawati, 2015a) penelitian kualitatif dilaksanakan dalam rangka mengkonstruksi realita guna memahami makna yang ada. Sehingga penelitian kualitatif harus memperhatikan setiap proses, peristiwa, dan otentisitas (asli, dapat dipercaya). Penelitian ini dilakukan untuk menginterpretasikan interaksi social dan hal tersebut haruslah dipahami.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diketahui pada Pokdakan Sumber Rejeki menerapkan konsep model bisnis dalam usahanya yang mana pada penelitian bias di pastikan menggunakan pendekatan Business model canvas. Akan tetapi pada penerapannya business model canvas Pokdakan Sumber Rejeki dirasa masih perlu adanya pembenahan dalam beberapa aspek yang tentunya menjadi bahan evaluasi dengan berdasar hasil analisis SWOT yang telah dilakukan. berikut adalah pembahasan tentang penelitian yang telah dilakukan :

3.1 Customer Segments

Segmen pasar yang dituju Pokdakan ini adalah masyarakat umum dan para pengepul hasil ternak yang berada di kecamatan guruh dan sekitarnya yang atau khususnya adalah rumah tangga (keluarga). Dari analisis SWOT yang dihasilkan menjelaskan Pokdakan Sumber Rejeki mempunyai *power* yang cukup kuat karena memiliki daerah pasar yang luas. Namun hal tersebut juga memiliki kelemahan tersendiri yang dirasa perlu diperhatikan karena pasti akan sulit untuk melihat keinginan dan kebutuhan konsumen yang sangatlah luas (umum). Daripada itu, peluang pokdakan ini terbilang sangatlah tinggi karena terlepas harga ikan lele yang cenderung murah segmen masyarakat di kabupaten/kota kediri tidaklah awam dengan daging ikan tersebut.

Ditinjau dari permasalahan yang ada, tidak lain adalah mangsa pasar yang kurang spesifik. Sebaiknya Pokdakan ini memfokuskan segmen pasarnya kepada para distributor olahan produk. Hal ini bertujuan agar tidak ada persaingan antara pokdakan dengan para *resellernya*. Hal ini bertujuan agar Pokdakan Sumber Rejeki dapat lebih mudah dalam memahami keinginan atau kebutuhan pelanggan karena menspesifikkan segmen pelanggannya.

3.2 Value Propositions

Berkaitan dengan teori business model canvas tentang *value propositions* sebelumnya, Pokdakan Sumber Rejeki sudah memiliki hal tersebut. Hal tersebut dilakukan dengan menjaga *mindset* para pelanggannya. Adapun yang dilakukan adalah:

- a) Newness, dalam hal ini Pokdakan selalu memberikan pembaharuan dalam hal pelayanan pra penjualan dan pasca penjualan. Layanan pasca penjualan tersebut terbilang unik karena merupakan hal baru dibidang peternakan. Layanan yang diberikan adalah memberikan resep vitamin untuk para pembeli bibit lele Mutiara. Layanan ini selalu diberikan karena sudah menjadi hal yang wajib karena menurut mereka hal tersebut adalah ilmu yang harus dibagikan.
- b) Costumization, para pelanggan bisa membeli sesuai kebutuhan mereka. Karena pokdakan dalam beberapa produk setengah jadi nya juga melayani pembelian khusus secara ecer maupun grosir seperti nugget dan stick lele. tentu hal ini dilakukan untuk merespon keinginan dan kebutuhan para konsumen.
- c) *Price*, dapat diterjemahkan sebagai harga. Harga yang ditawarkan oleh pokdakan ini cenderung mudah dijangkau masyarakat sekitar kabupaten dan kota kediri. Untuk stik lele dijual Rp. 13.000, Nugget Rp. 10.000.
- d) Risk Reduction, untuk menanggapi tentang hal tersebut Pokdakan Sumber Rejeki selalu melakukan *quality control* terhadap produk yang dihasilkan mulai dari bibit lele, nugget dan stik lele. Terlepas untuk menjaga kualitas produk, kegiatan ini bertujuan untuk menjaga loyalitas dan kepuasan konsumen terhadap produk.
- e) Accesibility, secara demografis lokasi dari Pokdakan Sumber Rejeki terbilang cukup strategis. Hal ini diperkuat karena letaknya yang berada pada jalan penyambung antar kecamatan dan kabupaten disekitarnya, antara lain seperti kecamatan plosoklaten, wates, kota kediri hingga kabupaten blitar sisi utara. Dari sisi demografi tersebut tentunya menjadi bahan

pertimbangan untuk para pengepul dan pecari bibit ikan lele disekitar desa bangkong kecamatan guruh mengingat di beberapa lokasi tersebut memiliki daya konsumsi ikan lele yang cenderung tinggi.

- f) *Convenience/usability*, para pembeli online dapat merasakan kemudahan dalam pembelian produk yang dihasilkan oleh Pokdakan Sumber Rejeki. Hal ini dibuktikan dengan adanya media social yang digunakan sebagai sarana komunikasi mulai dari pembelian hingga dalam hal pemberian saran atau masukan terhadap produk.

Dari elemen yang telah digunakan oleh Pokdakan Sumber Rejeki, dapat dijabarkan bahwasanya Pokdakan Sumber Rejeki telah memenuhi elemen-elemen tersebut karena telah menciptakan nilai kepada para pelanggan yang memiliki beragam jenis pelayanan kepada para pembelinya.

4.3 Channels

Upaya yang dilakukan oleh Pokdakan Sumber Rejeki terhadap penyampaian nilai produk kepada pelanggannya dilakukan dengan secara langsung yang mana dilakukan oleh tenaga penjualnya sendiri dan para anggota keleompok pokdakan. Sedangkan yang kedua adalah secara tidak langsung yaitu dengan melalui akun media social dan marketplace seperti *Instagram*, *tiktok* dan *tokopedia*.

Meskipun media yang digunakan relatif maksimal dalam penggunaannya. Namun rasanya perlu adanya pembaruan yang harus digunakan. Hal tersebut dikarenakan persaingan dunia social media terbilang sangat ketat untuk saat ini mengingat algoritma masing-masing social media berbeda. Dalam penanggulangan permasalahan tersebut akan lebih baik jika pokdakan ini juga membuat beberapa inovasi baru dan pelatihan terhadap anggota kelompok untuk meningkatkan rasa percaya diri dan loyalitas dengan tujuan dapat menjangkau konsumen yang lebih luas lagi.

4.4 Customer Relationships

Apabila dikaitkan pada bab sebelumnya, dalam menjalankan *customer relationships*, Pokdakan Sumber Rejeki telah memenuhi dalam hal *personal assistance*, *self service*, *automated services*, *co-creations*.

Personal assistance, dapat dilihat pada kegiatan/layanan purna jual pada bibit

lele dengan memberikan resep vitamin terhadap benih ikan dengan harapan sanggup panen dengan hasil yang memuaskan.

Self service, pada bagian ini para pelanggan dapat datang langsung ke Pondakan untuk melihat bagaimana pola perawatan benih ikan yang baik dan produk langsung dari stick lele atau nugget lele.

Automated Services, dalam sop penjualan yang dilakukan, Pokdakan Sumber Rejeki selalu memberikan nota penjualan baik dalam penjualan hasil panen, bibit lele, stick lele dan nugget lele. kegiatan ini tentunya dilakukan selain memberikan rasa kepuasan terhadap pembeli juga menjadi sarana untuk mengecek omset yang masuk per minggu atau perbulannya.

Co-creations, dalam menjalankan usahanya Pokdakan Sumber Rejeki juga meminta para pelanggannya untuk memberikan testimoni terhadap produk yang dihasilkan dengan harapan ada hal baru berupa kritik untuk pengembangan kedepannya. Baik dalam hal pengolahan produk atau pelayanan yang terbaru dengan harapan dapat selalu memenuhi kebutuhan pasar.

Dengan beberapa ulasan diatas menunjukan usaha yang dilakukan Pokdakan Sumber Rejeki dalam upayanya mengajak para konsumennya untuk menjalin hubungan baik dan serius untuk meningkatkan layanan maupun produk yang diolah. Namun minimnya SDM yang menguasai teknologi komunikasi menjadi kelemahan Pokdakan Sumber Rejeki. Maka dari itu dirasa perlu adanya pelatihan yang dilakukan Pokdakan Sumber Rejeki terkait *market place* mengingat persaingan ekonomi saat ini yang cepat sekali berubah.

4.5 Revenue Streams

Dalam perkembangannya Pokdakan Sumber Rejeki masih terbilang belum terbiasa dalam pemanfaatan *voucher* belanja. Hal ini dikarenakan kondisi pasar disekitar desa Bangkok kecamatan guruh yang belum terlalu paham. Akan tetapi hal tersebut telah dikendalikan dengan adanya kartu anggota. Dengan menunjukan kartu anggota tersebut para akan mendapatkan harga istimewa yang mana tidak bisa didapatkan oleh pelanggan biasa.

Kendati demikian tetaplah perlu adanya solusi yang dibuat untuk menyelesaikan hal tersebut. Dengan demikian tentunya juga akan menambah *value proposition* yang merupakan

hal yang baik karena dengan 1 produk layanan mampu meningkatkan elemen yang lainnya.

4.6 Key Resources

Pokdakan Sumber Rejeki memiliki nilai yang telah diciptakan oleh para pelanggannya. Dalam upayanya untuk menciptakan nilai tentu dibutuhkan aset-aset yang penting baik secara fisik, financial dan SDM. Aset fisik yang dimaksud adalah berupa bangunan toko, timbangan, mesin cacah daging, penggiling daging, alat masak, kolam ikan, mesin pelontar pakan otomatis, mesin penghasil pelet ikan. Aset finansial yang dimiliki Pokdakan Sumber Rejeki adalah kas anggota dan pemasukan kas penjualan. Sedangkan secara SDM pokdakan memiliki 21 peternak lele dan 4 dibidang produksi stik lele dan nugget yang tentunya menjadi peran dalam meningkatkan nilai untuk para pelanggan.

Dengan aset sedemikian rupa sudahlah sangat baik rasa. Tetapi kembali akan sangat disarankan untuk menambah tenaga dalam hal SDM dibidang IT karena tugas tersebut tidak bisa diisi oleh sembarang orang dan haruslah tenaga ahli. Perlu diingat juga bahwa mayoritas anggota yang ada telah berumur 35 tahun keatas.

4.7 Key Activities

Pada umumnya aktivitas bisnis adalah produksi, promosi, dan pemecahan masalah yang ada. Pokdakan Sumber Rejeki dalam produksinya terdapat 2 bidang yaitu produksi hasil panen dan produksi bibit atau lele siap panen. Pada bagian promosi Pokdakan Sumber Rejeki masih sangat perlu adanya peningkatan dikarenakan para anggota yang mayoritas sudah tidak muda lagi menjadi kendala. Alhasil dalam praktiknya media promosi sebatas membuat kiriman pada media social seperti grub, story whatsapp, Instagram, tiktok dan beranda akun Facebook dengan komponen promosi yang seadanya.

Setiap usaha pastilah memiliki berbagai permasalahan yang tidak terkecuali pada Pokdakan Sumber Rejeki. Aktivitas pemecahan masalah dapat dilihat dari ikatan bisnis yang sedang mereka jalankan. Cara berkomunikasi atau cara penyerapan informasi tentang pasar dalam upaya merespon keluhan/*complain* serta saran dari para pelanggan dapat dilihat melalui *platform digital* yang mereka miliki.

4.8 Key Partners

Dalam menjalankan bisnis di era *modern* saat ini sudah memiliki konsep berbeda karena pada era ini konsep bersaing sudah banyak ditinggalkan. Para pengusaha saat ini lebih menyukai dengan bekerja sama atau bermitra.

Secara tidak disadari oleh para anggota Pokdakan Sumber Rejeki telah melakukan praktek tersebut. Dalam bahan baku pembuatan stick lele dan nugget lele tidaklah harus dikhawatirkan karena telah memiliki pemasok pasti. Sedangkan untuk para peternak lele selain mencukupi pasar konvensional mereka juga telah mempunyai ekosistem pasar di lingkup anggotanya sendiri.

Untuk bahan evaluasi sendiri adalah bagaimana nantinya adanya manajemen rantai pasok dengan teliti dengan tujuan tidak menciptakan membludaknya hasil panen atau dalam hal ini termin panen yang sama antar anggota yang lainnya karena hal tersebut jelas akan membuat harga lele dipasar akan menurun dikarenakan membludaknya barang tanpa diimbangi oleh banyak permintaan.

4.9 Cost Structure

Dalam pengeluaran operasional yang dilakukan Pokdakan Sumber Rejeki antara lain listrik, air, solar, minyak goreng, upah pekerja dalam pembuatan nugget dan stick lele. selain biaya operasional tersebut ada bahan baku pakan yang ternyata juga perlu diperhatikan. Adapun beberapa vitamin, tepung yang harus dibeli dengan skala banyak mengingat hasil pembuatan pellet itu akan dibagikan kepada para anggota kelompok. Beruntung untuk salah satu mesinnya yaitu pelontar pakan otomatis menggunakan teknologi tenaga surya. Dengan demikian pada bagian tersebut dapat menekan biaya operasional yang ada.

Key Partners • Paguyupan UMKM • PKK Desa Bangkok Hasil Evaluasi • Perlu adanya penguatan paguyupan UMKM tingkat Kecamatan • Komunikasi antar anggota Pokdakan (menambahkan pemasok lain sebagai backup dari pemasok utama)	Key Activities • Pengolahan pakan. • Pengolahan hasil panen dan bibit • Penyelesaian terhadap keluhan para pelanggan • Pembuatan Iklan dan promosi Hasil Evaluasi Menambah aktivitas mengelola sistem informasi yang dimiliki (media sosial & website)	Value Proposition • Resep vitamin peternak baru • Layanan pembelian grosir dan bijian. • Memiliki beragam produk • Memberikan harga khusus anggota pokdakan. Hasil Evaluasi • Peningkatan kualitas layanan. • Penerapan kartu member untuk menjaga loyalitas pelanggan.	Customer Relationships • Pelayanan keluhan. • Meminta testimoni dari pelanggan Hasil Evaluasi • Peningkatan fungsi member • Mengoptimalkan media social dengan baik.	Customer Segments Masyarakat setempat di kecamatan guruh. Hasil Evaluasi Penyederhanaan segmen pasara.
	Key Resources • Toko online • 20 Kolam Portable • Mesin pelontar pakan. • Mesin produksi pellet. • Mesin pencacah daging. • Kas usaha • 25 anggota pokdakan. Hasil Evaluasi • Membranding dengan bangunan fisik sesuai dengan <i>standart</i>. • Penambahan kola mikan.		Channels • Store Laundry Bar • Tenaga Penjualan (Layanan antar jemput) • Media sosial (Akun Line@ Laundry Bar) Hasil Evaluasi • Membuat website • Menjalin kerja sama dengan penyedia kost atau asrama	
Cost Structure • Biaya operasional (Listrik, solar, minyak goreng, air, gaji pegawai) • Bahan vitamin untuk membuat pakan Hasil Evaluasi Pengefisiensian biaya perawatan ikan.			Revenue Streams • Kartu anggota Hasil Evaluasi Perlu adanya kartu <i>membership</i> untuk non-anggota.	

5. KESIMPULAN

Secara garis besar Pokdakan Sumber Rejeki telah menerapkan sebuah Model Bisnis *Canvas* yang dapat dilihat pada pembahasan sebelumnya didapati telah memenuhi Sembilan unsur penting dari konsep Model Binsis *Canvas*.

Dalam evaluasinya penerapan pada bisnis canvas terhadap Pokdakan Sumber Rejeki dengan menggunakan beberpa pendekatannya perlu diadakannya evaluasi terkait model bisnis yang dijalankan antara lain dengan mempersempit target pasar atau meyederhakan dalam pengorganisasiannya.

Pembaharuan dalam keanggota serta pemisahan pengeloan secara keorganisasian dirasa perlu dilakukan. Hal ini bertujuan agar inventarais dan

arus kas organisasi bisa manajemen dengan baik. Hal ini bersifat jangka Panjang karena tidak menutup kemungkinan apabila dikelola secara konsisten pokdakan ini bisa menarik investor dalam upaya pengembangan usaha yang ada.

Selain itu pengembangan dalam bidang SDM juga harus menjadi perhatian juga. Perlu adanya tenaga ahli pada bidang IT untuk memenuhi tuntutan perkembangan teknologi yang ada pada saat ini, mengingat saat ini kita sedang ada pada era *society 5.0* yang perlu kita sadari perkembangan informasi sudah sangat amat cepat.

Penelitian yang saya tulis hanyalah menggunakan metode kualitatif saja. Besar harapan untuk para peneliti lain yang tertarik menggunakan bidang yang sama, bisa mengembangkannya dengan menggunakan metode kuantitatif atau campuran agar mendapatkan hasil yang akurat.

6. REFERENSI

- Azhar. (2012). *The Role of Leadership in Strategy Formulation and Implementation*. *International Journal of Management and Organizational Studies*. 2.
- Herlina. (2022). ANALISIS PENGEMBANGAN BISNIS TANAMAN HIAS DENGAN PENDEKATAN MODEL BISNIS KANVAS. *Jurnal Agri Sains*, 6(1).
- Hunger, D.J., dan Wheelen, L. T. (2012). *Strategic Management and Business Policy* (13th ed.). Pearson.
- Hutamy, E. T., Marham, A., Quin, A. N., Alisyahbana, A., Arisah, N., Hasan, M., Ekonomi, P., Ekonomi, F., Bisnis, D., Makassar, U. N., & Artikel, R. (2021). Analisis Penerapan Bisnis Model Canvas pada Usaha Mikro Wirausaha Generasi Z (Analysis of the Canvas Model's Application to Micro-Entrepreneurs of Generation Z). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital (JBPD)*, 1(1), 1–11.
- Indrawati. (2015a). *Metode Penelitian Manajemen Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. PT RefikaAditama.
- Indrawati. (2015b). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Refika Aditama.
- Madania, V. R. (2021). ANALISIS MODEL BISNIS OMAH SAJI DENGAN MENGGUNAKAN MODEL BISNIS KANVAS. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya*, 9(2).
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Canvas*. John Wiley & Sons.
- Rainaldo, M., Wibawa, B. M., & Rahmawati, Y. (2017). Analisis Business Model Canvas Pada Operator Jasa Online Ride-Sharing (Studi Kasus Uber di Indonesia). *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 6(2), 2–6. <https://doi.org/10.12962/j23373520.v6i2.25277>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sunarto, Daryanto, A., & Maulana, A. (2022). STRATEGI PENGEMBANGAN ASURANSI TANAMAN KELAPA SAWIT DENGAN PENDEKATAN MODEL BISNIS KANVAS (STUDI KASUS DI PT ASURANSI TRI PAKARTA). *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, 8(1).