

ABSTRAK

RANCANGAN MODEL BISNIS PEMPEK O'LE (OLAHAN LELE)

Christine Dewi Aprilia
19/452433/PEK/25385

Kebutuhan konsumsi ikan masyarakat Indonesia mencapai 13 juta ton per tahun. Oleh karena itu, kebutuhan tersebut dipenuhi dari sektor perikanan tangkap dan sektor perikanan budidaya. Salah satu provinsi yang memiliki potensi pada sektor perikanan budidaya adalah Lampung yang mengembangkan budidaya ikan lele yang kaya akan protein, omega-3, dan rendah lemak. Namun kendati demikian, hasil dari penjualan ikan lele yang didapat petani ikan lele cukup rendah dan ikan yang berukuran besar kurang laku di tengkulak. Para petani kesulitan untuk menjual ikan lele yang berukuran besar, karena masih sedikitnya produk yang menggunakan bahan baku daging ikan lele. Oleh karena itu, Pempek O'Le (OLAHAN LELE) menggunakan daging ikan lele sebagai bahan baku utama, sehingga dapat menambah inovasi produk ikan lele di masyarakat dan dapat membantu penjualan daging ikan lele bagi petani.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model bisnis Pempek 288 sebagai pelaku bisnis sejenis dan menganalisis peta empati konsumen. Analisis ini digunakan untuk merancang model bisnis Pempek O'Le (OLAHAN LELE). Desain penelitian ini adalah kualitatif yang didukung dengan data kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara dan kuesioner. Pertanyaan wawancara disusun berdasarkan sembilan komponen Kanvas Model Bisnis milik Osterwalder dan Pigneur, sedangkan pertanyaan kuesioner disusun berdasarkan peta empati. Informan pada penelitian ini adalah pemilik Pempek 288, lima konsumen Pempek 288 dan 42 responden yang dipilih dengan metode *purposive sampling*. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan analisis konten dan analisis kelayakan ekonomi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan menginginkan pempek ikan lele yang tidak amis, tidak memiliki aroma tanah ikan lele, dan memiliki tekstur yang sama seperti pempek pada umumnya. Hasil ini digunakan sebagai dasar untuk proposisi nilai dari Kanvas Model Bisnis Pempek O'Le. Berdasarkan analisis kelayakan ekonomi, Pempek O'Le memiliki nilai NPV positif sebesar Rp301.242.564, IRR sebesar 36%, dan PP selama 2 tahun 2 bulan dengan investasi sebesar Rp125.990.000. Hal ini menunjukkan bahwa model bisnis Pempek O'Le layak untuk dijalankan.

Kata Kunci: Model Bisnis, Ikan Lele, Pempek, Kanvas Model Bisnis.

ABSTRACT

BUSINESS MODEL DESIGN PEMPEK O'LE (PROCESSED CATFISH)

Christine Dewi Aprilia
19/452433/PEK/25385

The needs of Indonesian fish consumption have reached 13 million tons per year. Therefore, these needs are met from the capture fisheries sector and aquaculture sector. One of the provinces that has the potential in the aquaculture sector is Lampung which have developed the cultivation of catfish which is rich in protein, omega-3, and low-fat. Despite this, catfish farmers only earn a relatively low revenue and large-sized catfishes are hard sell to the middlemen. Farmers have difficulties in selling large-sized catfish due to the lack of products that require catfish meat as the raw material. Hence, Pempek O'Le (PROCESSED CATFISH) that uses catfish meat as the main raw material, is helping to enrich the innovation of catfish products in the community and increase the sales of catfish meat for farmers.

This study aims to analyze Pempek 288 business model as a similar business and analyze the consumer empathy map. This analysis is then used to design Pempek O'Le (PROCESSED CATFISH) business model. This study is designed as a qualitative research which is also supported by some quantitative data obtained through interviews and questionnaires as the data collection methods. Interview questions are created based on the nine components of Osterwalder and Pigneur's Business Model Canvas, while the questions in the questionnaire are organized according to empathy maps. The interview informants in this study are the owners of Pempek 288 and for the questionnaire, five consumers of Pempek 288, 42 respondents were selected using purposive sampling method. The data obtained are then analyzed using content analysis and economic feasibility analysis.

The results showed that customers prefer a product that does not smell fishy and does not retain the soil scent from the catfish. Generally, customers also prefer that the product have the same texture as pempek – an Indonesian type of fishcake. These results are used as the basis for the value proposition of the Pempek O'Le Business Model Canvas. Based on the economic feasibility analysis, it is found that Pempek O'Le has a positive NPV of Rp. 301,242,564, IRR of 36%, and PP for 2 years and 2 months with an investment of Rp. 125,990,000. This confirms that Pempek O'Le's business model is feasible to run.

Keywords: Business Model, Catfish, Pempek, Business Model Canvas.