



## Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Stik Keju Rumput Laut dengan Pendekatan *Canvas Business Model (BMC)* di Kabupaten Yapen, Provinsi Papua

### *Business Development Strategy for Seaweed Cheese Stick Processing using the Canvas Business Model (BMC) Approach in Yapen Regency, Papua Province*

Ludia Theresia Wambrau<sup>1\*</sup>, Soleman Imbiri<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Fakultas pertanian, Program Studi Agribisnis, Universitas Papua  
Jl. Gunung Salju Amban, Manokwari, Papua Barat, 98314

Dikirim: 10 November 2023, Disetujui: 16 Mei 2024, Diterbitkan: 20 Juni 2024

DOI: [10.47039/ish.6.2024.13-24](https://doi.org/10.47039/ish.6.2024.13-24)

#### Inti Sari

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengembangan usaha pengolahan stik keju rumput laut yang dilakukan oleh Kelompok Rawing Mariori di Kampung Aromarea Distrik Kosiwo, Kabupaten Yapen dengan pendekatan Bisnis Model Kanvas. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui observasi, dokumentasi dan wawancara. Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan model bisnis kanvas dan analisis SWOT. Hasil penelitian dijabarkan menjadi sembilan elemen model bisnis kanvas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi bisnis yang diperoleh dari Pemetaan Business Model Kanvas sudah cukup baik, saling mendukung untuk menghasilkan pendapatan. Akan tetapi kelompok Rawing Mariori perlu memperbaiki elemen *cost structures*, *customer segment*, *channels* untuk dapat meningkatkan pendapatan, termasuk juga dengan memanfaatkan sumberdaya utama, meningkatkan struktur biaya periklanan, dan mengembangkan kerjasama dengan pelanggan sebagai pengecer, menjalin kemitraan, serta meningkatkan hubungan pelanggan dan mencari saluran pemasaran baru. Selanjutnya berdasarkan analisis SWOT maka strategi utama yang bisa dilakukan adalah: (1) meningkatkan skala usaha dan produktifitas usaha; (2) memperluas akses pasar dan target pasar; (3) memanfaatkan peluang permodalan usaha mikro; dan (4) meningkatkan kemampuan untuk mengelola keuangan usaha.

**Kata Kunci:** Stik keju rumput laut, model bisnis kanvas, analisis SWOT

#### Abstract

*This research aims to analyze the development of the seaweed cheese stick processing business carried out by the Rawing Mariori Group in Aromarea Village, Kosiwo District, Yapen Regency, using a Business Model Canvas (BMC) approach. The methods used are descriptive, qualitative, and quantitative. Data was collected through observation, documentation and interviews. The data collected was analyzed using the BMC and SWOT analysis. The research results are translated into nine elements of the BMC. The research results show that the business strategies obtained from the BMC mapping are adequate and support each other to generate income. However, the Rawing Mariori group needs to improve the elements of cost structures, customer segments, channels to be able to increase revenue, including by utilizing key resources, increasing the advertising cost structure, and developing cooperation with customers as resellers, creating key partnerships, as well as improving customer relationships and seeking new marketing channels. Furthermore, based on the SWOT analysis, the main strategies that can be implemented are: (1) increasing business scale and business productivity; (2) expanding market access*

\* Korespondensi Penulis

Tlp : +6281247569677

Email : l.wambrau@unipa.ac.id



and market targets; (3) taking advantage of micro business capital opportunities; and (4) increase the ability to manage business finances.

**Keywords:** Seaweed cheesestick, canvas business model, SWOT analysis

## I. Pendahuluan

Kabupaten Yapen merupakan daerah kepulauan yang terletak di Provinsi Papua dengan potensi kelautan yang sangat besar. Salah satu komoditi yang dikembangkan adalah rumput laut. Rumput laut merupakan salah satu komoditas yang bernilai ekonomis tinggi dengan pemanfaatan yang semakin meningkat sebagai bahan baku dalam industri makanan, minuman, kosmetik dan obat-obatan menyebabkan permintaannya semakin meningkat (Arianton et al., 2019; Mambai et al., 2020). Karena nilai ekonomis tersebut maka Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Kepulauan Yapen terus melakukan pengembangan rumput laut di beberapa wilayah, salah satunya adalah di Distrik Kosiwo. Pengembangan rumput laut di Kabupaten Yapen dimulai sejak tahun 2000 dengan produksi yang mencapai 100 ton pada tahun 2008 dan konsentrasi pengembangan berada pada Kampung Sarawandori, Kosiwo dengan areal yang berpotensi karena kondisinya sesuai untuk pembudidayaan rumput laut jenis *Eucheuma Cottonii* (Numberi et al., 2020). Luas perairan Teluk Kosiwo secara keseluruhan adalah 7.568,51 hektar, dengan potensi lahan pengembangannya mencapai 1.605,74 hektar (Mambai et al., 2020). Luas garapan rumput laut di Kampung Sarawandori sebesar 5.913 m<sup>2</sup> pada tahun 2018 dengan jumlah pembudidaya rumput laut sebanyak 124 orang. Berdasarkan data Kantor Kampung Sarawandori, terdapat 8 kelompok petani rumput laut dengan jumlah anggota sebanyak 32 orang yang terbagi menjadi empat orang pada setiap kelompok yang dipimpin oleh seorang ketua kelompok (Rifa'i & Kirihio, 2020).

Perkembangan nilai tambah rumput laut cukup pesat, tetapi pengembangan dan peningkatan usaha produksi primer dan olahannya masih kurang (Athirah et al., 2021). Demikian juga terjadi di Kabupaten Yapen, kegiatan penanganan pasca panen dan pengolahan rumput laut mulai kurang dilakukan masyarakat, sehingga hasil panen

tidak mampu memberi nilai tambah produk (Mambai et al., 2020).

Salah satu faktor yang berperan penting dalam pengembangan suatu produk adalah pasar. Pasar adalah tempat dimana semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan yang sama berada (Assauri, 2011; Kotler & Keller, 2016). Belum adanya pasar yang dapat menampung produk rumput laut dalam jumlah besar menjadi salah satu penyebab berkurangnya motivasi masyarakat untuk membudidayakan rumput laut. Akses terhadap pasar harus dilakukan untuk mempermudah pemasaran rumput laut. Lembaga yang berperan sebagai pengumpul harus ada di daerah sebagai penghubung antara industri pengguna rumput laut dengan petani.

Salah satu usaha yang menyerap hasil budidaya rumput laut, walaupun dalam jumlah yang tidak terlalu besar adalah usaha pengolahan produk pangan. Usaha pengolahan makanan semakin berkembang karena meningkatnya jumlah permintaan akibat pertambahan penduduk dan perubahan selera atau preferensi dari konsumen.

Rumput laut di Yapen telah diolah menjadi beraneka macam cemilan seperti stik rumput laut dengan berbagai varian rasa dan mie rumput laut. Usaha pengolahan ini dilakukan oleh kelompok perempuan. Pengolahan rumput laut menjadi berbagai variasi cemilan meningkatkan nilai tambah dan memberikan kontribusi bagi pendapatan keluarga dari anggota kelompok. Usaha pengolahan rumput laut ini mendapat dukungan dari pemerintah seperti Dinas Perikanan dan Kelautan baik di tingkat Provinsi Papua dan Kabupaten Yapen, Kantor Pengelolaan Hutan Produksi Kabupaten Yapen, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, juga dukungan dari Lembaga non pemerintah nasional dan internasional.

Salah satu usaha pengolahan makanan adalah usaha yang dilakukan kelompok Rawing Mariori. Selama ini belum pernah dilakukan analisis usaha untuk pengolahan rumput laut yang dilakukan oleh kelompok Rawing Mariori, oleh karena itu diperlukan suatu strategi pengembangan, salah satunya dengan cara memetakan model bisnis dengan Model Bisnis Kanvas (*Business Model Canvas*). Model bisnis kanvas digunakan karena terdapat sembilan komponen dimana proses bisnis perusahaan dapat dilihat secara lebih detail. Model bisnis

juga dapat digunakan sebagai strategi untuk menghadapi pesaing (Ton. et al., 2021).

Pemetaan model bisnis akan menjadi acuan usaha Rawing Mariori dalam menyusun program rencana strategis yang tepat untuk meraih peluang dan menghadapi tantangan di masa depan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk (1) mengetahui model bisnis usaha kelompok Rawing Mariori (2) menganalisis strategi usaha pengolahan stik keju rumput laut yang dibuat Kelompok Rawing Mariori.

## II. Metode

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Yapen pada bulan Mei dan Juni 2021 dengan menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan metode campuran untuk penyelidikan sosial melibatkan rencana penggunaan dua atau lebih jenis teknik dan analisis data yang berbeda (Greene et al., 2005). Sebagai kasus dalam penelitian ini adalah kelompok usaha pengolahan rumput laut Rawing Mariori.

Analisis dilakukan dengan *Business Model Canvas* (BMC) dan analisis SWOT. Analisis data kinerja usaha pengolahan stik keju rumput laut menggunakan BMC. Konsep BMC mengubah konsep model bisnis yang kompleks menjadi sederhana. Pendekatan yang digunakan adalah model bisnis yang ditampilkan pada satu kanvas, berisi peta sembilan elemen (Osterwalder et al., 2010). Selanjutnya, Osterwalder et al., (2010) menyatakan bahwa *Model Canvas* digunakan untuk mengidentifikasi kemampuan wirausahawan untuk mengenali, mengevaluasi, dan mengembangkan keterampilan wirausaha mereka. BMC terdiri atas empat dasar blok dalam bisnis, yaitu penawaran, konsumen, infrastruktur, dan keuangan. Blok tersebut meliputi sembilan komponen yaitu penawaran meliputi manfaat yang ditawarkan (*value proposition*); konsumen meliputi bina pelanggan (*customer relationship*), saluran (*channels*); segmen konsumen (*customer segments*); infrastruktur terdiri dari kemitraan (*key partners*), kegiatan utama (*key activities*), dan sumber daya (*key resources*), sedangkan keuangan terdiri atas biaya-biaya (*cost structure*) dan aliran pendapatan (*revenue streams*). Selain itu dapat menguji orientasi pengusaha Usaha Kecil

Menengah (UKM) dari aspek kemampuan mengidentifikasi peluang usaha (Nasip, 2017).

Selanjutnya dengan data yang sudah terkumpul, dilakukan analisis SWOT dengan mengidentifikasi variabel berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari kesembilan elemen BMC untuk menghasilkan strategi pengembangan usaha yang berkelanjutan. Analisis SWOT yang dilakukan terhadap suatu usaha berguna untuk menganalisis faktor internal yang berkontribusi pada kapasitas bisnis dan dengan mempertimbangkan faktor eksternal. Strategi organisasi bisnis harus menganalisis faktor-faktor strategisnya (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi saat ini. Analisis SWOT didasarkan pada logika dengan memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), sekaligus meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threat*) (Rangkuti, 2013). Tahap awal dilakukan analisis matriks evaluasi faktor internal (IFE) dan evaluasi faktor eksternal (EFE). Analisis ini merupakan identifikasi sistematis dari berbagai faktor untuk memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*) tetapi sekaligus meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).

## III. Hasil dan Pembahasan

### A. *Canvas Business Model*

Informasi dan data yang didapatkan dari kelompok Rawing Mariori dimasukkan kedalam sembilan blok dalam model bisnis kanvas, yaitu *customer segment, value propositions, customer relationships, channels, revenue stream, key resource, key activities, key partners, dan cost structures*. Sebuah bisnis model dapat diinterpretasikan sebagai sebuah *blue print* dari sebuah organisasi bisnis.

#### 1) *Customer Segment*

*Customer segment* atau segmen pelanggan merupakan proses membagi basis pelanggan menjadi kelompok individu berbeda yang memiliki karakteristik serupa (Kotler, 1997; Osterwalder et al., 2010). Pengusaha mengelompokkan konsumen ke beberapa segmen yang berbeda berdasarkan kesamaan kebutuhan, kesamaan perilaku, dan lain-lain

(Massepe, 2017). Segmentasi pasar akan memberikan informasi mengenai permintaan, kebutuhan dan keinginan pasar (Manap, 2016).

Produk stik keju rumput laut (*sea weed cheesestick*) usaha Rawing Mariori dijual secara lokal di Kota Serui dengan cara dijual langsung dilokasi usaha di sekitar kampung, di perkantoran dan dititip di Toko Serui Indah, Hadi dan Merpati. Segmentasi pasar stik olahan rumput laut adalah pelanggan anak-anak, karyawan/pekerja dan wisatawan. Stik olahan rumput laut cocok untuk dikonsumsi oleh anak-anak hingga orang dewasa sebagai cemilan sehat. Akan tetapi target pasar yang ingin dicapai kelompok usaha adalah pasar diluar Yapen yang ditunjang dengan sudah adanya IUMK dan PIRT untuk usaha Rawing Mariori.

## 2) Value Propositions

*Value propositions* merupakan suatu nilai yang membuat konsumen dapat beralih dari satu perusahaan ke perusahaan lain, dimana berisi gabungan dari manfaat-manfaat yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen (Kotler, 1997; Osterwalder et al., 2010; Massepe, 2017). Konsumen akan membeli produk dari perusahaan yang dianggap menawarkan nilai tertinggi (Kotler, 1997).

Rawing Mariori merupakan kelompok usaha yang dibentuk pada tahun 2015 dengan tujuan untuk memanfaatkan dan mengelola produksi rumput laut menjadi produk olahan bernilai tinggi. Produk stik keju rumput laut yang dihasilkan baru memiliki dua macam rasa dan menggunakan sumberdaya lokal. Variasi rasa yang dipilih dianggap sesuai dengan selera masyarakat.

## 3) Customer Relationship

*Customer relationship* merupakan hubungan pelanggan menggambarkan bagaimana perusahaan melakukan komunikasi dengan pelanggan (Osterwalder et al., 2010; Massepe, 2017). Produk stik keju rumput laut yang dihasilkan kelompok usaha Rawing Mariori belum memiliki hubungan tetap dengan konsumen. Artinya bahwa kelompok memproduksi setiap minggunya dan berusaha untuk menjual produk tersebut dengan menjual langsung kepada konsumen, menerima pesanan dan layanan pengantaran juga dititip pada beberapa toko. Akan tetapi untuk menjaga

hubungan beberapa pelanggan, kelompok memberikan bonus produk kepada pembeli yang membeli dalam jumlah banyak. Kegiatan promosi hanya dilakukan oleh kelompok ke perkantoran pemerintah dan kelompok masyarakat. Selain itu promosi produk stik keju rumput laut juga dilakukan oleh Kantor Kesatuan Pengelolaan Hutan Produksi (KPHP) Kabupaten Yapen, contohnya pada saat Pekan Olah Raga Nasional (PON) XX Tahun 2021 di Jayapura.

## 4) Channel

*Channels* adalah sekelompok organisasi yang saling terkait dan terlibat dalam proses menyediakan produk atau jasa kepada konsumen (Kotler, 1997; Osterwalder et al., 2010). *Channels* terbagi ke dalam dua jenis saluran, yaitu saluran langsung dan tidak langsung. Saluran pemasaran ini sangat penting untuk membantu produsen menyalurkan produk kepada konsumen (Manap, 2016).

Produk *cheesestick* yang dihasilkan kelompok usaha Rawing Mariori dijual secara langsung kepada konsumen pada tempat produksi. Selanjutnya untuk usaha Rawing Mariori produk juga dijual dengan berkeliling di kompleks perkantoran dan dititip pada beberapa tempat seperti Toko Cinta Damai, Hadi dan Serui Indah.

## 5) Revenue Stream

*Revenue Streams* menggambarkan uang tunai yang dihasilkan usaha (Osterwalder et al., 2010; Massepe, 2017). Penerimaan yang diterima kelompok Rawing Mariori diperoleh dari hasil penjualan produk stik keju rumput laut tiap minggu.

Usaha kelompok Rawing Mariori rata-rata menghasilkan 360 bungkus cheese stick rumput laut per bulan dengan harga per bungkus Rp.10.000, sehingga penerimaan yang diperoleh sebesar Rp.3.600.000 perbulannya. Akan tetapi jumlah ini akan bertambah jika ada pesanan atau acara-acara tertentu.

## 6) Key Resource

*Key resource* menggambarkan aset-aset terpenting yang diperlukan agar sebuah model bisnis dapat berfungsi, sekaligus sebagai penunjang dalam kegiatan usaha (Osterwalder et al., 2010; Massepe, 2017). Sumberdaya utama yang dimiliki Rawing Mariori terbagi

menjadi empat kategori, yaitu sumberdaya fisik/alam, intelektual, manusia, dan finansial. Sumberdaya yang tersedia dalam jumlah cukup adalah sumberdaya fisik/alam dan sumberdaya manusia.

Modal awal Rawing Mariori sebesar Rp.3.000.000 berasal dari swadaya anggota kelompok. Modal ini digunakan untuk memulai usaha, selain itu juga kelompok mendapatkan bantuan peralatan dari beberapa institusi antara lain *United Nation Development Program* (UNDP), Bappeda, Dinas Perikanan, Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan lainnya. Selain itu modal tambahan juga diperoleh melalui kredit dari Bank BRI sebesar Rp.30.000.000 yang digunakan untuk membangun rumah produksi.

Peralatan yang dimiliki usaha Rawing Mariori merupakan bantuan dari Kemendes/Bappeda dan pengadaan sendiri. Peralatan tersebut antara lain mixer besar, mesin ampia, Fomac mesin pengging, blender, sealer, wajan besar, kompor hock dan lainnya. Bahan baku berupa rumput laut diperoleh secara lokal dari petani rumput laut Kampung Sarawandori. Bahan baku ini selalu tersedia pada saat produksi stik keju rumput laut dilakukan. Ketersediaan bahan baku didukung program Dinas perikanan yang mengembangkan rumput lagi di Kampung Sarawandori. Kegiatan produksi kelompok Rawing Mariori dilakukan oleh lima orang dengan kisaran usia 20 sampai dengan 56 tahun. Jumlah tenaga kerja ini telah mencukupi dalam proses produksi dan pemasaran stik keju rumput laut.

### 7) *Key Activities*

*Key Activities* menggambarkan semua aktivitas yang dilakukan perusahaan agar usahanya bisa berjalan (Osterwalder et al., 2010; Massepe, 2017). Aktivitas utama yang dilakukan oleh kelompok Rawing Mariori adalah produksi stik keju rumput laut dan pemasaran. Kegiatan produksi pengolahan stik keju rumput laut dilakukan pada rumah produksi yang berlokasi di Kampung Aromarea Distrik Kosiwo, Kabupaten Yapen. Produksi dilakukan secara rutin hampir setiap minggu, dengan produksi total 360 bungkus per bulan. Produk stik keju rumput laut memiliki dua macam rasa (*original* dan pedas manis) dan menggunakan sumberdaya lokal berupa rumput laut dari Kampung Sarawandori. Pengemasan produk

seperti stik keju rumput laut Rawing Mariori di Yapen masih terkendala labeling karena Rawing Mariori masih menggunakan label yang diprint secara manual pada kertas HVS biasa. Walaupun pembuatan stiker produksi dapat dilakukan pada usaha *printing* di Kota Serui, tetapi harga per lembarnya cukup mahal.

Pemasaran produk stik keju rumput laut dilakukan sendiri oleh kelompok dengan cara dijual langsung dilokasi usaha di Kampung Aromarea, dengan berkeliling di area perkantoran Kabupaten Yapen dan dititip di Toko Serui Indah, Hadi dan Merpati. Kelompok Rawing Mariori memiliki target untuk dapat memasarkan produknya keluar dari Kota Serui. Hal ini ditunjang dengan sudah adanya IUMK dan PIRT untuk usaha Rawing Mariori sehingga produksinya sudah memenuhi syarat untuk dijual secara luas.

### 8) *Key Partners*

*Key partnerships* menggambarkan hubungan kemitraan yang dilakukan oleh perusahaan kepada pihak lain untuk menunjang aktivitas bisnis yang dilakukan, serta untuk mengoptimalkan model bisnisnya, mengurangi resiko dan memperoleh sumberdaya (Osterwalder et al., 2010; Massepe, 2017; Nasip, 2017). *Key Partner* dari kelompok Rawing Mariori, antara lain KPHP Kabupaten Yapen, Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Yapen, Kementerian Desa. Pemerintah memberikan bantuan baik rumah produksi, peralatan dan pendampingan kepada kelompok Rawing Mariori. Selain pemerintah, kelompok ini juga sudah menjalin kemitraan dengan beberapa toko di Kota Serui yang bersedia untuk menjual stik keju rumput laut.

### 9) *Cost Structure*

Struktur biaya menggambarkan semua biaya yang dikeluarkan untuk mengoperasikan bisnis atau aset-aset penting yang diperlukan agar sebuah bisnis dapat berfungsi (Osterwalder et al., 2010; Massepe, 2017; Nasip, 2017). Biaya yang dikeluarkan kelompok Rawing Mariori terbagi menjadi dua, yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Biaya variabel yang dikeluarkan digunakan untuk membeli bahan baku produksi dan tenaga kerja, dan biaya tetap yang dikeluarkan untuk biaya peralatan yang digunakan. Secara rinci alokasi biaya variabel dapat dilihat pada Tabel 1 di bawah ini.

**Tabel 1.** Biaya Variabel Usaha Pengolahan Stik Keju Rumput Laut bulan Mei Tahun 2021

Biaya variabel	Jumlah	Vol	Harga	Total (Rp)
Tepung	10	4	8.000	320.000
Garam dan lain-lain	1	4	50.000	200.000
Rumput Laut	2	4	25.000	200.000
Minyak Tanah	1	1	25.000	25.000
Tenaga Kerja	5	4	50.000	1.000.000
Total				1.745.000

Kebutuhan bahan baku seperti tepung, garam dan bahan baku lainnya dapat diperoleh pada pasar atau toko-toko setempat. Sedangkan bahan baku rumput laut yang digunakan Kelompok Rawing Mariori dibeli dari petani di Kampung Sarawandori. Tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan atau produk serta jasa baik untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri maupun masyarakat. Tenaga kerja yang dimiliki oleh usaha pengolahan Rawing Mariori berjumlah 5 orang yang terdiri dari ketua dan anggota kelompok. Kegiatan produksi setiap minggu umumnya tidak sekaligus 5 orang yang bekerja tetapi bergantian sesuai dengan kesibukan masing-masing anggota.

Sistem upah yang diberikan kepada tenaga kerja adalah bagi hasil. Setelah hasil penjualan dikurangi dengan biaya produksi yang akan digunakan untuk produksi berikutnya, sisa penjualan dibagi kepada anggota berdasarkan

persentase waktu kerjanya.








Selanjutnya biaya tetap merupakan pengeluaran usaha yang tidak terpengaruh perubahan jumlah produk yang dihasilkan yang dikeluarkan oleh kelompok Rawing Mariori dapat dilihat pada Tabel 2 dibawah ini.

Total biaya yang harus dikeluarkan selama satu bulan oleh usaha pengolahan stik rumput laut (Mei 2021) untuk biaya variable sebesar adalah senilai Rp 1.745.000 perbulan. Selanjutnya, kebutuhan biaya tetap adalah sebesar Rp 45.833,33 perbulan. Dengan demikian, secara keseluruhan total biaya yang harus dikeluarkan setiap bulan untuk produksi stik keju rumput laut adalah sebesar Rp.1.790.833,3 perbulan atau per bungkus cheese stick rumput laut butuh biaya atau harga pokok penjualan (HPP) sebesar Rp. 4.975.

Model bisnis kanvas usaha kelompok Rawing Mariori dapat dilihat pada Gambar di bawah ini.

**Tabel 2.** Biaya Tetap Usaha Pengolahan Stik Keju Rumput Laut Bulan Mei Tahun 2021

Biaya Tetap	Tahun Beli	Harga Beli	Jumlah unit	Harga Sisa	Penyusutan/ Tahun	Penyusutan/ Bulan
Mixer Besar (dough)	2018	4.500.000	1	4.000.000	100.000	8.333,33
Mesin Ampia/cheesestick	2018	2.500.000	1	2.000.000	100.000	8.333,33
FOMAC Mesin Penggiling	2019	4.000.000	1	3.500.000	100.000	8.333,33
Blender	2018	450.000	1	350.000	20.000	1.666,67
Sealer	2019	350.000	1	300.000	10.000	8.33,33
Kuali Sedang	2018	500.000	2	400.000	20.000	1.666,67
Kompur Hock	2018	1.000.000	2	700.000	60.000	5.000,00
Mesin penipis adonan	2020	4.000.000	1	3.800.000	40.000	3.333,33
Rumah Produksi	2020	30.000.000	1	28.000.000	100.000	8.333,33
					550.000	45.833,33

 <b>Key Partners</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• KPHP Yapen</li> <li>• Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Yapen</li> <li>• <u>Kementerian Desa</u></li> <li>• Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Yapen</li> <li>• <u>Toko Serui Indaj</u>, <u>Toko Merpati</u> dan Hadi Supermarket</li> </ul>	 <b>Key Activities</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengolahan <u>cheesestick</u></li> <li>• Pemasaran <u>cheesestick</u></li> </ul>	 <b>Value Propositions</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Cheesestick</u> dengan dua rasa</li> <li>• Menggunakan bahan lokal</li> </ul>	 <b>Customer Relationships</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Belum ada konsumen <u>regular</u></li> <li>• <u>Menerima orderan</u> dan <u>layanan antar</u></li> </ul>	 <b>Customer Segments</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konsumen Lokal Serui</li> <li>• <u>Pengunjung Kota Serui</u> dari daerah lain</li> </ul>
 <b>Cost Structure</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Biaya variabel: biaya tenaga kerja, pembelian Bahan, biaya bahan bakar (Rp 1.745.000/bulan)</li> <li>• Biaya Tetap: Penyusutan alat (Rp 45.833,33/bulan)</li> </ul>		 <b>Revenue Streams</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Penerimaan dari <u>penjualan Produk ke konsumen</u> (Rp.3.600.000/bulan)</li> </ul>		

**Gambar 1.** Model Bisnis Kanvas Usaha Pengolahan Stik Keju Kelompok Rawing Mariori Tahun 2021

Berdasarkan Model Bisnis Kanvas diatas, usaha kelompok Rawing Mariori sudah berjalan dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari penerimaan dan biaya yang dikeluarkan oleh kelompok Rawing Mariori sehingga diperoleh pendapatan sebesar Rp.1.809.166,67 perbulan. Selanjutnya dengan analisis *Revenue Cost Ratio* (R/C), yaitu perbandingan antara total penerimaan dan total biaya produksi dengan kriteria bahwa:

- Jika R/C Ratio lebih dari 1, maka keuntungan dari usaha tersebut lebih besar daripada pengeluaran sehingga usaha tersebut dapat diterima atau layak dilanjutkan.
- Jika R/C Ratio sama dengan 1, maka keuntungan dan pengeluarannya dikatakan seimbang atau impas
- Jika R/C Ratio kurang dari 1, maka keuntungan dari usaha tersebut lebih kecil dari pada pengeluarannya sehingga usaha tersebut tidak layak dan perlu ditinjau ulang.

Berdasarkan analisis R/C Ratio dari usaha pengolahan stik keju rumput laut diperoleh perbandingan penerimaan dan biaya sebesar 2,01 maka dapat dikatakan bahwa usaha

yang dilakukan Kelompok Rawing Mariori ini layak dilakukan karena R/C ratio lebih besar dari 1. Akan tetapi R/C ratio ini masih dapat ditingkatkan nilai karena pada saat penelitian produksi Kelompok Rawing Mariori masih relatif rendah dibandingkan dengan kapasitas sumberdaya yang dimiliki kelompok. Selain itu belum adanya konsumen regular dan pasar baru lokal saja berpengaruh terhadap penerimaan yang diperoleh.

## B. Analisis SWOT Usaha Kelompok Rawing Mariori

Matriks IFAS-EFAS merupakan matriks untuk analisis SWOT yang digunakan oleh peneliti untuk menganalisis data yang telah diperoleh dari hasil penelitian. Analisis dalam penelitian ini mencakup analisis tentang faktor-faktor internal dan eksternal yang mempunyai pengaruh dalam penyusunan strategi pengembangan usaha pengolahan stik rumput laut kelompok Rawing Mariori. Analisis lingkungan internal menggunakan tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) seperti disajikan pada Tabel 3 di bawah ini.

**Tabel 3. Internal Factor Analysis Summary (IFAS)**

No	Internal Faktor	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan</b>				
1	Kelompok telah memiliki IUMK dan PIRT	0,13	3	0,38
2	SDM pada usia produktif	0,06	4	0,25
3	Rumah produksi dan peralatan tersedia dalam jumlah dan kapasitas yang cukup memadai	0,13	4	0,50
4	Pengalaman usaha cukup	0,06	3	0,19
5	Adanya kemitraan dengan KPHP Yapen dan instansi terkait lainnya	0,09	3	0,28
<b>Sub Total</b>		<b>0,47</b>		<b>1,59</b>
<b>Kelemahan</b>				
1	Pengelolaan keuangan belum berjalan dengan baik	0,13	4	0,50
2	Kualitas kemasan masih kurang baik	0,09	4	0,38
3	Produksi masih dalam skala kecil dan produksi hanya sekali perminggu	0,13	3	0,38
4	Rumah produksi lokasinya jauh dari pusat kota	0,09	4	0,38
5	Kurang promosi dan jangkauan pemasaran	0,09	4	0,38
<b>Sub Total</b>		<b>0,53</b>		<b>2,00</b>
<b>Total</b>		<b>1,00</b>		<b>3,59</b>

Berdasarkan Tabel 3 diatas tentang analisis lingkungan faktor internal dapat diketahui bahwa nilai total dari beberapa kriteria sebesar 3,59. Nilai skor terbesar terdapat pada faktor kekuatan adalah ketersediaan rumah produksi dan peralatan tersedia dalam jumlah dan kapasitas yang cukup memadai. Sedangkan

pada faktor kelemahan, nilai bobot terbesar adalah pengelolaan keuangan yang belum berjalan dengan baik dengan skor sebesar 0.50. Selanjutnya analisis lingkungan eksternal menggunakan tabel EFAS (*External Factor Analysis Summary*) dapat dilihat pada Tabel 4 dibawah ini.

**Tabel 4. External Factor Analysis Summary (EFAS)**

No	Eksternal Faktor	Bobot	Rating	Skor
<b>Peluang</b>				
1	Jumlah penduduk di Kabupaten Yapen dan Tanah Papua	0,10	3	0,30
2	Masyarakat saat ini menginginkan produk olahan yang <i>Ready to Eat</i>	0,07	3	0,30
3	Kebijakan Pemerintah yang mendorong UMKM	0,10	3	0,30
4	Ketersediaan lembaga pembiayaan (Perbankan)	0,07	3	0,20
5	Kesempatan kerjasama dalam pemasaran Produk	0,14	4	0,53
<b>Sub Total</b>		<b>0,48</b>		<b>1,63</b>
<b>Ancaman</b>				
1	Adanya pesaing dengan produk sejenis	0,10	3	0,30
2	Ketersediaan rumput laut yang tidak menentu	0,14	3	0,40
3	peningkatan biaya produksi dan pemasaran	0,10	4	0,40
4	Kebutuhan dan keinginan konsumen berubah	0,10	3	0,30
5	Transformasi Digital UMKM	0,07	4	0,20
<b>Sub Total</b>		<b>0,52</b>		<b>1,60</b>
<b>Total</b>		<b>1,00</b>		<b>3,23</b>

Berdasarkan tabel eksternal faktor evaluasi (EFAS) di atas diketahui jumlah nilai total sebesar 3,23. Nilai skor terbesar pada faktor peluang ada pada kesempatan kerjasama dalam pemasaran Produk dengan nilai 0,53. Selanjutnya nilai skor terbesar faktor ancaman ada pada kriteria Ketersediaan rumput laut yang tidak menentu dan peningkatan biaya

produksi dan pemasaran sebesar 0,40. Setelah penyusunan Tabel IFAS dan EFAS, langkah selanjutnya adalah tahap pencocokan yaitu suatu langkah untuk mengembangkan alternatif strategi yang diolah ke dalam beberapa matriks berdasarkan pada beberapa faktor internal dan juga faktor eksternal. Matriks SWOT dapat dilihat pada Tabel 5 di bawah ini.

**Tabel 5.** Matriks SWOT

FAKTOR INTERNAL  FAKTOR EKSTERNAL	KEKUATAN (S)	KELEMAHAN (W)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kelompok telah memiliki IUMK dan PIRT Ketersediaan sumber daya alam dan bahan baku</li> <li>• Ketua kelompok aktif dan SDM pada usia produktif</li> <li>• Rumah produksi dan peralatan tersedia dalam jumlah dan kapasitas yang cukup memadai</li> <li>• Pengalaman usaha cukup</li> <li>• Adanya kemitraan dengan KPHP Yapen dan instansi terkait lainnya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengelolaan keuangan belum berjalan dengan baik</li> <li>• Kemasan masih kurang baik</li> <li>• Produksi masih dalam skala kecil dan produksi hanya sekali perminggu</li> <li>• Rumah produksi lokasinya jauh dari pusat kota</li> <li>• Kurang promosi dan jangkauan pemasaran</li> </ul>
PELUANG (O)	STRATEGI S-O (3,22)	STRATEGI W-O (3,63)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jumlah penduduk di Kabupaten Yapen dan Tanah Papua</li> <li>• Masyarakat saat ini menginginkan produk olahan yang Ready to Eat</li> <li>• Kebijakan Pemerintah yang mendorong UMKM</li> <li>• Ketersediaan lembaga pembiayaan (Perbankan)</li> <li>• Kesempatan kerjasama dalam pemasaran Produk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengembangan produk sesuai kebutuhan pasar</li> <li>• Mengakses dukungan pemerintah dalam meningkatkan kapasitas UMKM.</li> <li>• Menjalin kerjasama dengan toko dan pihak swasta dalam pemasaran produk stik keju rumput laut</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meningkatkan skala usaha dan produktifitas usaha</li> <li>• Memperluas akses pasar dan target pasar</li> <li>• Memanfaatkan peluang permodalan usaha mikro</li> <li>• Meningkatkan kemampuan untuk mengelola keuangan usaha</li> </ul>
ANCAMAN (T)	STRATEGI S-T (3,19)	STRATEGI W-T (3,60)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya pesaing dengan produk sejenis yang lebih baik kualitasnya</li> <li>• Ketersediaan rumput laut yang tidak menentu</li> <li>• peningkatan biaya produksi dan pemasaran</li> <li>• Kebutuhan dan keinginan konsumen berubah</li> <li>• Transformasi Digital UMKM</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengembangan pengelolaan ekonomi rakyat dan ekonomi kampung secara terpadu</li> <li>• Mengikuti pendampingan pengelolaan usaha (UMKM)</li> <li>• Melakukan Diversifikasi produk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meningkatkan kualitas produk dan kemasan</li> <li>• Pengembangan kerjasama distribusi dan pemasaran dengan toko dan supermarket lokal dan lembaga ekonomi kampung (BUMDes)</li> </ul>

Berdasarkan hasil analisis SWOT strategi prioritas untuk pengembangan usaha kelompok Rawing Mariori adalah sebagai berikut:

### **1) Meningkatkan skala usaha dan produktifitas usaha**

Sumber daya manusia merupakan faktor penting bagi setiap pengelola usaha termasuk juga di sektor usaha mikro dan kecil. Keberhasilan usaha ditentukan oleh kemampuan pelaku-pelaku usaha untuk mengembangkan produk-produk yang dihasilkan baik kuantitas dan kualitas sehingga tetap dapat eksis. Kelemahan utama pengolahan stik keju rumput laut adalah karena kapasitas produksi yang rendah dan frekuensi produksi hanya satu minggu satu kali, dengan demikian daya saing kelompok ini juga dapat dikategorikan masih relatif rendah. Penguatan usaha harus difokuskan pada peningkatan kapasitas produksi.

### **2) Memperluas akses pasar dan target pasar**

Rendahnya omzet pengusaha selain berkaitan dengan kapasitas produksi, juga berkaitan dengan akses pasar. Salah satu syarat dalam menghadapi mekanisme pasar yang makin terbuka dan kompetitif adalah penguasaan pasar. Pasar sasaran akan dipilih atas dasar kesesuaiannya dengan produk dan kemampuan dari usaha pengolahan stik keju rumput laut.

Selama ini promosi produk stik keju rumput laut lebih banyak dilakukan melalui perorangan (*mouth to mouth promotion*) dan melalui pameran-pameran bersama dalam waktu dan tempat yang terbatas, sehingga hubungan maupun transaksi dengan konsumen kurang bisa dijamin keberlangsungannya. Pembangunan *product branding* melalui media sosial menjadi alternatif promosi bagi pengusaha seiring dengan berkembangnya teknologi informasi. Dengan berkembangnya pasar dari stik keju rumput laut Rawing Mariori ini dapat memberikan dampak bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi kampung (Wambrauw & Imbiri, 2023).

### **3) Memanfaatkan peluang permodalan Usaha Mikro**

Selain hibah atau bantuan dana dan peralatan yang diberikan oleh pemerintah melalui instansi terkait sebagai modal usaha Kelompok Rawing Mariori, Kredit Usaha Rakyat (KUR) menjadi opsi pertama yang dipilih sebagai jawaban atas permasalahan modal. Kelompok ini mendapatkan kredit dari BRI sebesar Rp.30.000.000. Kedepannya kelompok Rawing Mariori masih berencana untuk mengakses kredit bank untuk mengembangkan usahanya.

Jenis bantuan permodalan KUR ini cocok bagi UKM yang mencari pinjaman dengan bunga terjangkau, namun tidak memiliki jaminan yang cukup. Skema Penyaluran Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah skema kredit/pembiayaan yang khusus diperuntukkan bagi UMKM dan Koperasi yang usahanya layak namun tidak mempunyai agunan yang cukup sesuai persyaratan yang ditetapkan perbankan. Tujuan akhir diluncurkan Program KUR adalah meningkatkan perekonomian, pengentasan kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja. Bunga yang ditawarkan saat ini cukup rendah yaitu 4%.

### **4) Meningkatkan kemampuan untuk mengelola keuangan usaha**

Pengelolaan keuangan merupakan aspek yang sangat penting untuk dilakukan dalam sebuah usaha karena akan mempengaruhi keberlangsungannya. Selain itu perlu dilakukan pemisahan laporan keuangan usaha dan pribadi atau keluarga. Usaha kelompok Rawing Mariori sudah melakukan pencatatan setiap kali memproduksi stik keju rumput laut, akan tetapi belum ada pencatatan keuangan secara spesifik. Peningkatan kemampuan ketua kelompok sebagai penanggungjawab keuangan perlu dilakukan baik melalui pelatihan pencatatan keuangan usaha dan pendampingan dari instansi pemerintah terkait maupun lembaga pendidikan. Dengan pencatatan keuangan yang dilakukan, maka usaha pengolahan stik keju rumput laut ini bisa mengetahui keuntungan dan kerugian usaha, serta dapat mengendalikan masalah yang berkaitan dengan produksi.

Berdasarkan hasil implikasi strategi tersebut diatas, terdapat beberapa usulan strategi yang dapat dimasukkan kedalam rancangan BMC yang baru agar usaha pengolahan stik keju rumput laut dapat mengembangkan bisnisnya dan pendapatan yang diperoleh dapat lebih meningkat. Berikut adalah beberapa implikasi strategi yang telah dielaborasi kedalam rancangan *Business Model Canvas*, diantaranya:

1. *Value Proposition* yang ditawarkan oleh Usaha Rawing Mariori kepada konsumen sudah cukup baik dan harus dipertahankan bahkan ditingkatkan supaya semakin banyak konsumen yang tertarik dan puas dengan produk stik keju rumput laut.
2. *Customer segment* perlu ditetapkan sebagai target pasar agar dapat meningkatkan volume penjualan. Peningkatan volume penjualan ini dapat juga dilakukan melalui kegiatan promosi secara online melalui media seperti *facebook*, *instagram*, atau *twitter* atau dengan brosur-brosur yang dibagikan ke perkantoran atau pusat-pusat perbelanjaan.
3. *Customer relationship* terdapat satu strategi yang bisa dilakukan dalam menjalin hubungan dengan para pelanggan. Selain toko-toko yang menjadi tempat penitipan penjualan produk stik keju rumput laut, beberapa pelanggan lainnya juga dapat diminta menjadi mitra penjualan atau sebagai *reseller*. *Reseller* merupakan perjanjian tangan sebagai saluran pemasaran dari Kelompok Rawing Mariori untuk mejangkau konsumennya disamping juga dapat sebagai sumber pendapatan bagi *reseller*. Selanjutnya melalui kemitraan ini kedekatan terhadap konsumen dapat terus ditingkatkan.
4. *Channels* yang sudah ada perlu ditingkatkan hubungan kemitraannya secara tertulis. Selain itu perlu dikembangkan channel baru agar produk yang dijual dapat menjangkau banyak konsumen.
5. *Cost Structure* akan berubah karena untuk meningkatkan perluasan jangkauan pemasaran maka akan terjadi penambahan biaya untuk iklan dan promosi penjualan.
6. *Revenue Stream* akan meningkat karena diharapkan konsumen akan meningkat dan akan terjadi peningkatan pendapatan dari hasil penjualan.

7. *Key activities* yang dijalankan oleh Kelompok Rawing Mariori sudah cukup baik dan berjalan dengan lancar setiap hari. Hanya diperlukan peningkatan produktivitas dengan mengoptimalkan penggunaan sumberdaya yang dimiliki dan pemasaran produk.
8. *Key Partnership* perlu dikembangkan bukan saja pemerintah dan lembaga pembiayaan, tetapi juga mitra penjualan yang menjadi bagian dari saluran pemasaran produk stik keju rumput laut.
9. *Key Resources* yang dimiliki oleh Kelompok Rawing Mariori sudah cukup baik dari segi rumah produksi, peralatan dan bahan baku. Walaupun produksi bahan baku rumput laut tidak menentu, tetapi kelompok Rawing Mariori selalu mempunyai persediaan rumput laut kering. Hal penting yang perlu dilakukan adalah menggunakan sumberdaya yang dimiliki kelompok secara optimum.

#### IV. Kesimpulan

Penerapan strategi pengembangan bisnis dengan bingkai pendekatan Model Bisnis Kanvas yang telah dilakukan Kelompok Rawing Mariori sudah cukup baik. Elemen-elemen Business Model Canvas telah saling mendukung untuk menghasilkan pendapatan. Terdapat enam elemen yang perlu diimprovisasi ke dalam Business Model Canvas yang baru setelah dilakukan analisis SWOT diantaranya *Customer Segments*, *Customer Relationship*, *Channels*, *Key Partnership*, *Revenue Stream* dan *Cost Structure*. Usulan implikasi strategi pada enam elemen tersebut diantaranya mengembangkan atau menambah *Cost Structure* untuk biaya iklan atau promosi, serta mengajak pelanggan untuk menjadi reseller, mengembangkan kemitraan, mendekatkan hubungan dengan konsumen dan mencari channel baru. Semuanya ini dilakukan untuk meningkatkan pendapatan usaha.

#### Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Komisi Daerah Perubahan Iklim dan Pembangunan Berkelanjutan di Provinsi Papua (KOMDA PI PB Papua) dan Yayasan Inisiatif Dagang Hijau (YIDH) yang memfasilitasi penelitian ini. Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada ketua

Kelompok Raving Mariori dan anggota yang telah memberikan data dan informasi, serta Kesatuan Pengelolaan Hutan Produksi (KPHP) Yapen yang telah mendukung selama penelitian ini berlangsung. Terima kasih juga kepada para *reviewer* yang telah me-review penulisan artikel ini.

## V. Daftar Pustaka

- Arianton, K., Meitriana, M. A., & Haris, I. A. (2019). Studi Kelayakan Usaha Budidaya Rumput Laut Pada Kelompok Bina Karya Di Desa Patas, Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(2), 573–582. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/21591>
- Assauri, S. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Athirah, A., Asaf, R., & Tarunamulia. (2021). Value Chain dan Pola Pengembangan Kelembagaan Komoditi Rumput Laut (Kappaphycus Lvarezii) di Kabupaten Pulau Morotai. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, 16(1), 51–62. <http://dx.doi.org/10.15578/jsekp.v16i1.7999>
- Greene, J. C., Kreider, H., & Mayer, E. (2005). Combining Qualitative and Quantitative Methods in Social Inquiry. In *Research Methods in the Social Sciences* (Issue April 2016, pp. 1–386).
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analisis, Planning, Implementation and Control (Ninth Edition)*. Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education Limited.
- Mambai, R. Y., Salam, S., & Indrawati, E. (2020). Analisis Pengembangan Budidaya Rumput Laut (Euchema cottonii) di Perairan Kosiwo Kabupaten Yapen. *URSJ*, 2(2), 66–70. <https://journal.unibos.ac.id/ursj/article/view/568>
- Manap, H. A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Mitra Wacana Media.
- Massepe, A. N. B. (2017). *Modul Pelatihan Business Model Canvas Bagi mahasiswa program wirausaha Universitas Hasanudin* (Issue September). Unit Pengembangan Kewirausahaan Dan Bisnis Universitas Hasanuddin & Inkubator Bisnis Unhas.
- Nasip, I. (2017). Model Bisnis Kanvas : Alat Untuk Mengidentifikasi. *1 National Conference on Business and Entrepreneurship*, May, 205–219.
- Numberi, Y., Budi, S., & Salam, S. (2020). Analisis Oseanografi Dalam Mendukung Budidaya Rumput Laut ( Eucheuma Cottonii ) Di Teluk Sarawandori Distrik Kosiwo Yapen-Papua Oceanographic Analysis to Support the Seaweed ( Eucheuma Cottonii ). *Urban and Regional Studies Journal*, 2(2), 71–75. <https://journal.unibos.ac.id/ursj/article/view/569>
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Smith, A., & Movement, T. (2010). Business model Generation. In *Books.google.com* (Vol. 30, Issue 5377). <https://doi.org/10.1523/JNEUROSCI.0307-10.2010>
- Rangkuti, F. (2013). *SWOT – Balanced Scorecard*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rifa'i, M., & Kirihio, S. V. A. (2020). Pemberdayaan Petani Rumput Laut di Kampung Sarawandori Distrik Kosiwo Kabupaten Kepulauan Yapen. *Jurnal Pembangunan Pemberdayaan Pemerintahan*, 5(2). <https://doi.org/10.33701/j-3p.v5i2.1130>
- Ton, S., Agung, D., & Bahri, S. (2021). Pengembangan Daging Bekamal Sebagai Produk Olahan Lokal Banyuwangi Melalui Pendekatan Bisnis Model Kanvas. *Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV) Ke-VII*, 7(2), 354–361.
- Wambrauw, L. T., & Imbiri, S. (2023). Analisa Ekonomi Usaha Pengolahan Kopi Bumkam Mandai Di Distrik Kosiwo Kabupaten Kepulauan Yapen. *Sosio Agri Papua*, 12(1), 13–24. <https://doi.org/10.30862/sap.v12i1.329>