

Strategi Optimalisasi Pemberdayaan Potensi Perikanan Air Tawar Dengan Menggunakan *Ecosystem Mapping* (Studi Kasus Pada Platform Digital MinaKita)

Shinta Kusuma Wardhani ✉¹, **Dodie Tricahyono**²

^{1,2} *Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Universitas Telkom*

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui aktor yang berperan, bagaimana hubungan antar aktor, peta hubungan industri dengan pendekatan *ecosystem mapping*, dan bagaimana strategi optimalisasi pemberdayaan. Metode penelitian yang dipakai ialah *ecosystem mapping* menggunakan model *Ecosystem Pie Model (EPM)* dengan bantuan *in-depth interview* terhadap informan terkait. Penelitian ini menggunakan teknik *value analysis* untuk menangkap analisis secara menyeluruh sehingga diperoleh kebutuhan dan hubungan antar aktor melalui penangkapan nilai. Strategi optimalisasi dirancang dengan gagasan pengelompokan elemen dengan pemodelan *Business Model Canvas (BMC)*.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa terdapat beberapa aktor yang fungsinya tidak berkaitan dengan aktor lainnya, sehingga tidak berdampak pada ekosistem bisnis digital MinaKita, yaitu: Dinas Perindagkop dan UMKM, Asosiasi, dan Universitas. Sebaliknya, Tengkulak dan Dinas Komunikasi Informatika adalah dua aktor yang paling berpengaruh dan paling berisiko untuk diajak bekerjasama. Namun, apabila keduanya dapat dirangkul maka akan memberikan manfaat yang tinggi, yaitu memperluas saluran distribusi dan dukungan regulasi pemerintah. Melalui analisis pada *resource*, *activities*, *value addition*, dan *value capture* akan tercipta peluang nilai yang saling berkaitan untuk menciptakan alur bisnis yang efektif dan efisien melalui kolaborasi antar aktor. Penelitian ini juga menyarankan kerjasama seluruh anggota ekosistem bisnis digital platform MinaKita untuk mampu mengoptimalkan potensi perikanan air tawar, khususnya di Kabupaten Klaten.

Kata Kunci: *Platform Digital, Ecosystem Pie Model, Ekosistem Bisnis.*

Abstract

This research was conducted to determine the actors who play a role, how the relationship between actors, the map of industrial relations with an ecosystem mapping approach, and how to optimize empowerment strategies. The research method used is ecosystem mapping using the *Ecosystem Pie Model (EPM)* model with the help of *in-depth interviews* with related informants. This study uses *value analysis* techniques to capture the overall analysis in order to obtain the needs and relationships between actors through value capture. The optimization strategy is designed with the idea of grouping elements with *Business Model Canvas (BMC)* modeling.

The results of the study indicate that there are several actors whose functions are not related to other actors, so that they do not have an impact on the MinaKita digital business ecosystem, namely: the Industry and Trade and Cooperatives and SMEs Service, Associations, and Universities. On the other hand, middlemen and the Department of Communication and Informatics are the two most influential and riskiest actors to work with. However, if both can be embraced, it will provide high benefits, namely expansion of distribution and support for

government regulations. Through analysis on resources, activities, value addition, and value extraction will create mutually beneficial value opportunities to create an effective and efficient flow through collaboration between actors. This research also suggests all members of the MinaKita digital platform business ecosystem to be able to optimize the potential of freshwater fisheries, especially in Klaten Regency.

Keywords: *Digital Platform, Ecosystem Pie Model, Business Ecosystem.*

Copyright (c) 2022 Shinta Kusuma Wardhani

✉ Corresponding author :

Email Address : shinta.tata2000@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang pesat saat ini adalah berkat adanya kemajuan teknologi 4.0 yang membawa kebermanfaatannya bagi segenap manusia. Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar dengan sektor maritim yang sangat strategis. Sejak dinobatkan sebagai masa depan perikanan dunia, subsektor perikanan terus menjadi sorotan di sektor kelautan dan perikanan. Salah satunya bagi Indonesia yang menjadi negeri perikanan sejak lama (Zuzy, 2020). Namun, pada kenyataannya masih terdapat banyak hambatan dalam dunia perikanan di Indonesia. Salah satunya telah dirasakan oleh suatu daerah penghasil ikan air tawar yaitu Kabupaten Klaten, Jawa Tengah. Menurut Ojat Darajat pada Wibisana (2021) terjadinya pandemic Covid-19 mengakibatkan tertahannya perkembangan ekonomi yang bahkan mengakibatkan resesi ekonomi terutama terlihat dampaknya pada sektor pariwisata dan industri kreatif.

Menurut Budijanto pada Anggraini (2019), peran nyata dari ekonomi kreatif mampu memberikan nilai tambah terhadap daya tarik serta daya saing pariwisata Indonesia, antara industri kreatif dan sektor pariwisata dipastikan telah membentuk hubungan simbiosis mutualisme. Sebagai pendukungnya, Roby pada Anggraini (2019) mengulas terkait nilai keberlanjutan sangat perlu dilakukan pengembangan pariwisata ke depan yang berkelanjutan. Wisatawan sangat berperan menjadi payung aktifitas pariwisata sehingga masyarakat yang berlokasi di pariwisata harus bersama-sama terpadu dan terorganisir mengembangkan melalui pengaturan, penyediaan, pengembangan, pemanfaatan, dan juga pemeliharaan sumber daya alam.

Mengutip (Yanti, 2014) dalam Seminar Indonesia Sustainable Aquaculture antara Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) bersama Pemerintah Norwegia, bahwa pengembangan sektor perikanan memerlukan sistem manajemen dengan pendekatan regional melalui prinsip integrasi, efisiensi, dan pelibatan *stakeholders*, lembaga terkait yang mendukung budidaya untuk menciptakan percepatan perekonomian. Ekosistem digital menjadi komponen paling penting yang harus dibentuk dalam mendukung transformasi digital saat ini. Sumber daya pendukung

harus tersinkronisasi agar menghasilkan kecakapan digital untuk saling memberikan dampak keuntungan yang dirasakan satu sama lain.

Platform digital MinaKita merupakan sebuah sosial bisnis yang dirancang untuk meningkatkan kesejahteraan pada sektor perikanan sebagai bentuk pengembangan industri kreatif Kabupaten Klaten. Halnya dengan budidaya saat ini dirasa masih perlu adanya peningkatan efisiensi yang menyeluruh terutama dari rantai pasok bisnis perikanan sehingga masih membutuhkan kajian yang mendalam terhadap bagaimana ekosistem bisnis dan bagaimana inovasi yang ditawarkan oleh *platform* MinaKita dalam meningkatkan efisiensi dari ekosistem bisnis yang saat ini berjalan. Mengatasi hal tersebut diperlukan strategi dan kebijakan tepat guna yang mendukung untuk memperkuat sistem pengelolaan budidaya perikanan supaya berjalan semakin efektif mendukung terwujudnya perikanan Indonesia yang berkelanjutan melalui aktifitas *ecosystem mapping*.

METODOLOGI

Penelitian dengan pendekatan ekosistem bisnis digital ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis deskriptif. Salah satu buku Metode Penelitian Kualitatif karya Sugiyono (2017) yang menjelaskan mengenai kapan sebaiknya penelitian kualitatif digunakan menjelaskan bahwa penelitian kualitatif cocok diterapkan sewaktu penulis merasa bahwa masalah pada penelitian belum secara penuh *valid* sehingga penulis diminta secara langsung turun ke lapangan untuk menemui kejelasannya. Sugiyono (2017) juga menyatakan bahwa analisis data kualitatif adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menguraikannya ke dalam unit-unit, menyusun ke dalam pola-pola, memilih yang mana penting dan apa yang akan dipelajari, serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami.

Penelitian ini dilakukan dengan mewawancarai beberapa informan yang merupakan pemangku kepentingan utama dalam budidaya perikanan air tawar, seperti Petani ikan, Tengkulak/ Pengepul, Masyarakat/ Konsumen, Investor/ Kreditur, Perantara Keuangan, Pemerintahan, UMKM, Dinas Ketahanan Pangan dan Perikanan, Dinas Komunikasi Informatika, Dinas Perindagkop dan UMKM, Distributor, Asosiasi, Media, Universitas, dan Inkubator Bisnis. Karena merupakan penelitian kualitatif maka tidak menggunakan istilah populasi tetapi disebut “situasi sosial” yang terdiri dari tiga unsur yaitu : tempat, pelaku, dan aktivitas yang berinteraksi secara sinergis (Sugiyono, 2017). Penelitian ini akan menggunakan teknik *value analysis* yang diolah dengan *Ecosystem Pie Model (EPM)* untuk mencapai Metode pendekatan analisis ini hanya fokus pada empat hal yaitu *resources*, *activities*, *value addition*, dan *value capture*. Perlu adanya desain setelah ekosistem bisnis diselesaikan agar *platform* bisa dioperasikan sehingga memperjelas implementasi. Melalui

model *Business Model Canvas* (BMC) diharapkan mampu mendesain gagasan bagaimana *platform* MinaKita bisa berjalan dan layak secara bisnis. Kerangka pemikiran berikut menyajikan tahapan relevan dalam mengidentifikasi, menganalisis, memvisualisasikan, dan merancang gagasan spesifik ekosistem bisnis.



Kerangka Pemikiran

Sumber: Modifikasi penulis, Wieninger et al. (2019)

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Identifikasi Ekosistem Bisnis MinaKita

Penentuan aktor yang terlibat dalam ekosistem bisnis MinaKita didasarkan pada teori ekosistem platform yang mengelompokkan aktor sesuai tipe yang berperan pada bisnis platform. Teori tersebut diambil dari *platform ecosystem* (Wasara & Ganda, 2019) yang membagi aktor dalam 5 tipe yaitu *customers, community, shareholders, employees, government*, dan juga bisnis MinaKita sendiri sebagai aktor tengah atau yang menghimpun seluruh aktor. Untuk memperoleh sudut pandang yang aktual dari masing-masing aktor dalam ekosistem bisnis perikanan, ditentukan responden dari rantai ekosistem yang paling berperan dari hulu ke hilir perikanan, yaitu petani ikan sebagai aktor utama bisnis budidaya perikanan, tengkulak atau pengepul selaku pihak ketiga saat ini dalam transaksi besar hasil panen budidaya, masyarakat sebagai target konsumen terakhir dari produk yang diolah dan dipasarkan investor yang menjadi kreditur penyedia modal bagi pelaku bisnis, pemerintah yang memerankan kebijakan untuk memajukan kesejahteraan rakyat melalui kebijakan daerah yang dipimpin dalam hal ini adalah daerah yang memiliki potensi perikanan, UMKM sebagai fasilitator bisnis yang memproses produksi bahan dasar ikan hasil budidaya perikanan air tawar, Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian sebagai badan yang mengelola perikanan daerah dan memfasilitasi keperluannya, Dinas Komunikasi Informatika selaku badan yang bertanggung jawab dalam pengolahan sistem informasi yang berlangsung dilingkungan pemerintahan daerah, Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan UMKM sebagai badan yang melayani urusan berhubungan dengan pembangunan dan perkembangan UMKM daerah, Distributor

yang sesuai terhadap produk yang disalurkan yakni Paxel dan JTL, Asosiasi petani ikan, Media yang menyediakan sarana pemasaran, dan Universitas setempat yang mampu menyediakan *resorce* unggul daerah untuk nantinya dapat berpartisipasi memenuhi SDM.

Total responden yang seharusnya terlibat adalah sejumlah 22 orang, namun karena melihat akses jangkauan kesediaan responden dan prosentase informasi yang tidak terlalu berpengaruh terhadap ketercapaian tujuan maka dipangkas dan difokuskan pada aktor prioritas perannya penting dalam bisnis pada sektor perikanan yaitu sebanyak 14 orang. Total responden yang terlibat dalam *in-dept interview* tersebut telah dipastikan cukup untuk menjadi data didukung dengan data sekunder yang sudah mencapai kejenuhan data (*saturated level*) (Latham, 2013). Berdasarkan perolehan data dari informan di lapangan terkait ekosistem bisnis perikanan air tawar di Kabupaten Klaten, terkumpul hasil penelitian sesuai dengan verbatim untuk selanjutnya dilakukan reduksi agar dapat menyajikan data penting dan yang berkaitan langsung.

2. Hasil Analisis Ekosistem Bisnis MinaKita

Tabel 1. Hasil Analisis Data

Keterangan	Peran	Harapan	Kendala	Aktor Paling Berperan
Petani ikan	Menyediakan ikan segar yang tidak masuk dalam permintaan tengkulak untuk dapat disampaikan melalui MinaKita agar disampaikan kepada target lingkup konsumen kecil dan waktu yang tidak tentu.	<ol style="list-style-type: none"> 1) Penyelesaian pengawasan pemerintah terkait pengelolaan dana UMKM dari pusat. 2) Adanya penyedia pinjaman berbunga kecil. 3) Data yang menyediakan informasi tengkulak yang sudah terpercaya. <p><i>E-commerce</i> yang langsung menghubungkan dengan konsumen besar.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Harga pakan yang tinggi. 2) Penyedia modal yang memungut biaya tinggi. 3) Pemerintah yang kurang komunikatif. 	Investor/ Kreditur (penyedia pinjaman), Tengkulak (perantara B2B/ sebagai pengepul ikan hasil panen yang besar), Masyarakat/ Konsumen (pembeli akhir ikan segar), dan Distributor (perantara B2C/ sebagai pengantar atau pendistribusi pesanan ikan segar kepada

Tengkulak/ Pengepul	Memenuhi permintaan dalam lingkup besar terhadap restoran maupun perusahaan berbahan dasar ikan air tawar dan melakukan transaksi pembayaran secara berkala kepada petani ikan menunggu dari peminta hasil panen.	1) Ada data Petani Ikan yang tersedia hasil panen serta spesifikasi ikannya. 2) Penetapan harga yang sama.	1) Permintaan yang berubah-ubah. 2) Ketersediaan hasil budidaya yang tidak sesuai.	masyarakat/konsumen). Investor/ Kreditur (penyedia pinjaman) dan Petani Ikan (penyedia produk hasil budidaya ikan segar yang dikirimkan kepada pembeli partai besar B2B).
Masyarakat/ Konsumen	Satu peran yang dapat menjadi budaya adalah konsumsi ikan yang dapat dipenuhi melalui ketersediaan ikan segar dan olahan ikan pada etalase petani ikan dan juga UMKM. Setelah mengkonsumsi produk tersebut masyarakat akan memberikan kesan dan saran yang diharapkan dapat menjadi masukan produsen baik untuk komentar produk maupun saran produk lain yang ingin didapatkan selanjutnya yang belum ada.	1) Kemudahan berbelanja dan bertransaksi. 2) Produk berkualitas dan bervariasi. 3) Keamanan bertransaksi. 4) Keamanan produk.	1) Harga ikan mahal. 2) Ikan dan olahan hanya tersedia berdasarkan permintaan. 3) Lokasi perolehan ikan dan olahan yang monoton atau tidak ada informasi luas mengenai petani ikan yang menyediakan ikan siap panen, begitu juga UMKM. 4) Harus datang ke lokasi.	Petani Ikan (penyedia produk hasil budidaya ikan segar), UMKM (penyedia produk olahan ikan), dan Distributor (perantara B2C/ sebagai pengantar atau pendistribusi pesanan ikan segar/ olahan ikan kepada masyarakat/konsumen).

Investor/ Kreditur	Penyedia pinjaman KUR untuk Petani Ikan dan UMKM maupun <i>Supply Chain Financing</i> untuk memenuhi kebutuhan modal korporasi MinaKita.	<ol style="list-style-type: none"> 1) Mudah terhubung dengan pihak yang memerlukan modal. 2) Peminjam yang terpercaya. 3) Peminjam yang bersedia melakukan pengembalian sesuai waktu. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Sulit mencari target yang membutuhkan terpercaya. 2) Peminjam yang sulit dicari ketika waktu berkala pengembalian. 3) Identitas peminjam hilang. 	Petani Ikan (target konsumen/ peminjam modal), UMKM (target konsumen/ peminjam modal), dan Tengkulak (target konsumen/ peminjam modal).
Pemerintahan	Memberikan aksesibilitas kebutuhan komunikasi dengan petani ikan dan UMKM. Selain itu juga membantu memenuhi informasi yang dibutuhkan sebagai penunjang proses bisnis MinaKita. Pemerintah sendiri memiliki peran menyejahterakan masyarakatnya sehingga bagi pemerintahan di daerah potensial dapat mengandalkan MinaKita untuk membantu layanan pemasaran bisnis kepemilikan warganya.	<ol style="list-style-type: none"> 1) Petani Ikan dan UMKM memiliki forum giat pasar yang mampu mengajak dan mengalokasikan produk kepada konsumen. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Petani Ikan yang sulit digandeng untuk dibina. 2) Pihak terkait perikanan yang masih kurang dalam layanan pembelajaran terkait budidaya 	Petani Ikan (sebagai pengelola potensi daerah), UMKM (sebagai pengelola hasil potensi daerah), Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian (sebagai salah satu lembaga pemerintah yang mempunyai program pengawasan terhadap sektor perikanan), dan Media (sebagai sarana pemasaran potensi daerah).

UMKM	Menjadi mitra yang dapat membuka etalase toko dengan menyediakan produk ikan air tawar. UMKM bersikeras untuk mengemas kepuasan konsumen sehingga memberikan dampak peningkatan konsumsi terhadap ikan serta layanan MinaKita.	<ol style="list-style-type: none"> 1) Tersedia penyedia modal dengan bunga yang rendah. 2) Adanya sarana pemasaran produk yang luas. 3) Tersedia layanan pengiriman yang aman. 4) Adanya informasi Petani Ikan yang menyediakan ikan segar dengan kriteria untuk olahan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Modal yang rendah. 2) Ketersediaan alat penyimpanan. 3) Produksi yang masih berdasarkan pesanan. 4) Pemasaran yang kurang luas. <p>Tidak dapat menjangkau konsumen yang jauh karena produk yang berisiko.</p>	<p>Investor/ Kreditur (penyedia pinjaman), Petani Ikan (penyedia ikan segar untuk diolah), Masyarakat/ Konsumen (sebagai pembeli atau konsumen akhir), Pemerintahan (sebagai pengelola administrasi dan pengawasan kesejahteraan masyarakat), Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian (sebagai salah satu lembaga pemerintah yang mempunyai program pengawasan terhadap sektor perikanan), Distributor, dan Media (sebagai sarana pemasaran potensi daerah).</p>
Dinas Ketahanan Pangan dan Perikanan	Pada tugas dan peran Dinas Ketahanan Pangan	<ol style="list-style-type: none"> 1) Adanya digitalisasi yang mampu 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Tidak ada <i>developer</i> yang handal untuk menyelesaikan 	<p>Petani Ikan (sebagai pengelola</p>

	<p>dan Pertanian pada sub bidang Perikanan telah mengelola perikanan Kabupaten dari hulu ke hilir dengan pembangunan sarana dan prasarana melalui adanya POKDAKAN (Kelompok Pembudidaya Ikan) di setiap desa potensial.</p>	<p>memfasilitasi Petani Ikan dan UMKM untuk dapat berkomunikasi sesamanya maupun dengan kebutuhan dan konsumen.</p> <p>2) Melalui MinaKita dapat terbantu mengenai pengadaan dan pengawasan terhadap sektor perikanan.</p>	<p>proyek digitalisasi perikanan daerah,</p>	<p>potensi daerah yang diawasi), UMKM (sebagai pengelola hasil potensi daerah yang diawasi), Diskominfo (penyedia VPS pemerintah dan pengawas digitalisasi daerah), dan Media (sebagai sarana pemasaran potensi daerah).</p>
Dinas Komunikasi Informatika	<p>Penciptaan inovasi layanan publik tersebut perlu dikomunikasikan untuk diperhatikan regulasinya. Peran spesifiknya adalah bagaimana teknologi dikemas sehingga bermanfaat untuk dijadikan pertimbangan selanjutnya. Saat ini Diskominfo menyediakan layanan terkait VPS untuk penerbitan aplikasi maupun wesbite.</p>	<p>1) Adanya <i>smart city</i> yang adaptif terhadap target pengguna dan bermanfaat bagi daerah.</p>	<p>1) Bisnis digital dijalankan oleh perseorangan sehingga tidak terdata oleh Diskominfo.</p>	<p>Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian (sebagai salah satu lembaga pemerintah yang mempunyai program digitalisasi sektor).</p>
Dinas Perindagkop dan UMKM	<p>Membantu legalitas UMKM yang dapat diakses melalui laman online.</p>	<p>1) Digitalisasi tidak hanya ada pada sektor perikanan.</p>	<p>1) Tidak ada <i>developer</i> yang handal untuk menyelesaikan proyek</p>	<p>Media (sebagai sarana pemasaran</p>

				digitalisasi seluruh sektor potensial daerah.	potensi daerah).
Distributor	JTL	Menjadi perusahaan jasa kurir untuk terus mendorong pelaku UMKM melalui JTLShop platform online.	<ol style="list-style-type: none"> 1) Dapat berkembang bersama dalam memenuhi kebutuhan UMKM. 2) Menjadi pihak ketiga yang berperan utama terhadap layanan pengiriman produk pada MinaKita. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Manajemen pengendalian waktu pengiriman. 2) <i>Outlet</i> yang masih sedikit. 3) Pemasaran layanan yang kurang maksimal. 	Petani Ikan (penyedia produk ikan segar yang dijual dan dikirim (dengan bantuan distributor) ke pembeli), UMKM (penyedia produk olahan ikan yang dijual dan dikirim (dengan bantuan distributor) ke pembeli), dan Media (sebagai sarana pemasaran potensi daerah dan jasa JTL).
	Paxel	Paxel mampu memberikan layanan unggulnya dalam pengemasan <i>frozen food</i> sebagai pengamanan kualitas produk UMKM maupun Petani Ikan yang riskan terhadap suhu udara.	<ol style="list-style-type: none"> 1) Dapat terintegrasi melalui API sistem Paxel dalam MinaKita. 2) Menjadi perusahaan yang ada pada server Paxel. 3) Terciptanya kota dengan pasar besar sehingga mampu dibentuk <i>inventory</i> Paxel x 	<ol style="list-style-type: none"> 1) <i>Outlet</i> yang masih sedikit. 2) Lokasi budidaya perikanan yang masih jauh untuk dijangkau. 	Petani Ikan (penyedia produk ikan segar yang dijual dan dikirim (dengan bantuan distributor) ke pembeli) dan UMKM (penyedia produk olahan ikan yang dijual

MinaKita untuk meminimalisir biaya dan waktu untuk sampai pada konsumen.

dan dikirim (dengan bantuan distributor) ke pembeli).

Asosiasi

Menjadi koordinator Petani Ikan terkait kebutuhan yang perlu disepakati bersama.

- 1) Terbantu untuk mengumpulkan Petani Ikan dengan adanya *platform* yang memudahkan Petani Ikan.
- 2) Pembinaan Petani Ikan menjadi lebih terarah.

- 1) Materi binaan.
- 2) Petani Ikan yang sulit untuk dikumpulkan.
- 3) Gap antar Petani Ikan.

Petani Ikan (sebagai pengelola potensi daerah), UMKM (sebagai pengelola hasil potensi daerah), dan Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian, dan Media (sebagai sarana pemasaran potensi daerah).

Media

RSPD membantu siaran apapun yang diajukan. Apalagi dengan layanan milik pemerintahan tidak akan dipungut biaya karena tujuannya selain media informasi juga informasi yang diharapkan memberikan kesejahteraan untuk masyarakatnya.

- 1) Kemajuan digitalisasi tersampaikan dengan inovasi-inovasi yang hadir.
- 2) Pemasaran layanan sampai pada target.

- 1) Masyarakat yang belum mengerti ketersediaan peluang komunikasi untuk pemasaran.

Diskominfo (merupakan Lembaga pemerintah yang membawahi unit media daerah).

Universitas

Diharapkan Tri Dharma menjadi bentuk tanggungjawab

- 1) MinaKita dapat hadir menjadi solusi melalui

- 1) Mayoritas mahasiswa didik adalah kalangan

-

universitas untuk mengemas keluaran agar bernilai dan menjadikan keluaran (mahasiswa didik) itu bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan masing-masing terlebih mampu membuka lapangan pekerjaan.

perkembangan Teknologi 5.0.

2) Unwidha menjadi *stakeholder* yang diberikan kepercayaan untuk mengisi *talent* anak daerah

menengah bawah yang masih banyak menganggap pendidikan hanya sebatas gengsi, loyalitas keluarga, serta gelar.

Kesimpulan

- | | | | |
|---|---|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1) Bekerjasama menjadi penyedia sumber daya hasil perikanan maupun olahan ikan (Petani Ikan dan UMKM). 2) Bekerjasama membantu dalam pemasaran. 3) Bermitra untuk saling bersinergi dan terintegrasi. 4) Menjadi penyedia <i>resource</i>. | <p>Kehadiran MinaKita diharapkan mampu menepis permasalahan pada masing-masing pihak dan memberikan peluang juga terhadap pihak tersebut.</p> | <p>Mayoritas kendala dapat dipenuhi untuk diselesaikan oleh pihak lain sehingga dapat disimpulkan bahwa kendala akan menjadi peluang pihak lain masuk untuk saling berkolaborasi.</p> | <p>Berperan : Petani Ikan, Tengkulak, Masyarakat/ Konsumen, Investor/ Kreditur, Pemerintahan, UMKM, Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian, Dinas Komunikasi Informatika, Distributor, dan Media.</p> |
|---|---|---|---|

Sumber: Narasumber dan Data Diolah Penulis

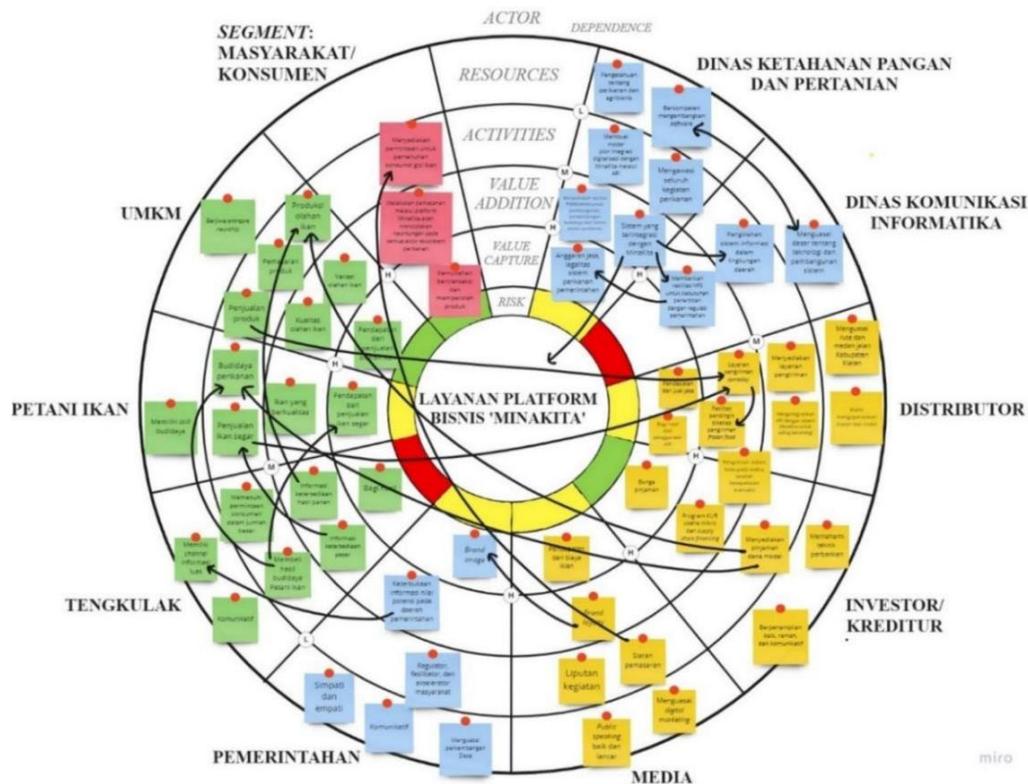
Pada tabel 2 sinkronisasi peran aktor dengan aktor yang paling berperan disetiap pihak sehingga terlihat pihak mana yang tidak berpengaruh jika keluar dari ekosistem. Tabel tersebut menemukan kesenjangan dari sebuah kolaborasi yang tidak sesuai dari nilai antar aktor dimana ddalam dilihat ulasan alasan terjalannya peran pada tabel 1. Selanjutnya, terdapat usulan berupa saran dan rekomendasi yang disimpulkan dari analisis data untuk dapat menjadi pertimbangan platform digital MinaKita dalam berhubungan dengan pihak yang dinyatakan tidak berperan dan berpengaruh.

Tabel 2. Saran dan Rekomendasi

Keterangan	Saran dan Rekomendasi
Dinas Perindagkop dan UMKM	Memastikan bahwa fokus sektor pada setiap tahun tidak menjadi penolakan pada pengawasan sektor lainnya karena sebuah lembaga yang mengurus suatu daerah atau kabupaten maka bertanggung jawab dengan semua UMKM yang ada di wilayah tersebut.
Asosiasi	Mengoptimalkan keberadaan POKDAKAN (Kelompok Pembudidaya Ikan) dengan memaksimalkan peran dalam pengawasan serta monitoring Pembudidaya Ikan air tawar dengan struktural dan demokratis untuk menciptakan perdamaian pada sebuah sektor potensi daerah sehingga pelayanan dirasakan secara rata dan kesejahteraanpun juga ikut dirasakan oleh semua tanpa terkecuali.
Universitas	Meningkatkan jaminan edukasi mahasiswa didik untuk menciptakan kualitas perbandingan dengan anak daerah yang memilih untuk keluar dan kembali untuk mendedikasikan pada daerah. Saat ini sudah banyak Desa dengan program satu rumah satu sarjana yang diharapkan ketika sudah lulus dapat ditarik untuk berperan mengembangkan potensi desa.

Sumber: Data Diolah Penulis

3. Pemetaan Ekosistem Bisnis MinaKita



Gambar 2. Ecosystem Pie Model Platform Bisnis MinaKita

Link Miro : <https://miro.com/app/board/uXjVOxYidGA=/>

Sumber: Data Diolah Penulis

Dalam *ecosystem pie model* (EPM), terdapat 4 lapisan yaitu *resources*, *activities*, *value addition*, dan *value capture* sehingga terlihat ketika suatu aktor terlibat dalam MinaKita apakah memberikan kemudahan antar kedua pihak. Warna merah, kuning, hijau pada lingkaran tengah menunjukkan risiko apakah *high*, *medium*, dan *low* dari kerjasama sehingga sangat penting untuk diperhatikan dalam menentukan komunikasi kerjasama yang akan dijalin. EPM ini dibuat sebagai bahan navigasi di sekitar keterbatasan yang sebagai bentuk permintaan dan penawaran serta hak dan kewajiban setiap aktor. Melalui EPM ini dapat juga muncul minat khusus dari suatu aktor untuk memahami atau merancang sistem nilai dari banyak aktor yang mana dapat memunculkan keberlanjutan sosial ekonomi. Penjelasan EPM dari platform digital MinaKita adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Pemetaan Ekosistem Bisnis MinaKita

<i>Actor</i>	<i>Resources (R)</i>	<i>Activities (A)</i>	<i>Value Addition (VA)</i>	<i>Value Capture (VC)</i>	<i>Risk</i>
Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian (a)	1. Pengetahuan tentang perikanan dan agribisnis 2. Berkompeten mengembangkan <i>software</i> (Ra2↔Rb1)	1. Membuat <i>master plan</i> integrasi digitalisasi dengan MinaKita melalui API 2. Mengawasi seluruh kegiatan perikanan	1. Menyediakan sarana POKDAKAN untuk pembangunan, pendampingan budidaya dan bisnis sektor perikanan 2. Sistem yang terintegrasi dengan MinaKita (VAa2→Ab1, VAa2→VAb1, VAa2→MinaKita)	1. Anggaran jasa, legalitas sistem perikanan pemerintahan (VCa1←VAb1)	<i>Medium</i>
Dinas Komunikasi dan Informatika (b)	1. Menguasai dasar tentang teknologi dan pembangunan sistem (Rb1↔Ra2)	1. Pengolahan sistem informasi dalam lingkungan daerah (Ab1←VAa2)	1. Memberikan vasilitas VPS untuk kebutuhan penerbitan dengan regulasi pemerintahan (VAb1←VAa2, VAb1→VCa1)		<i>High</i>

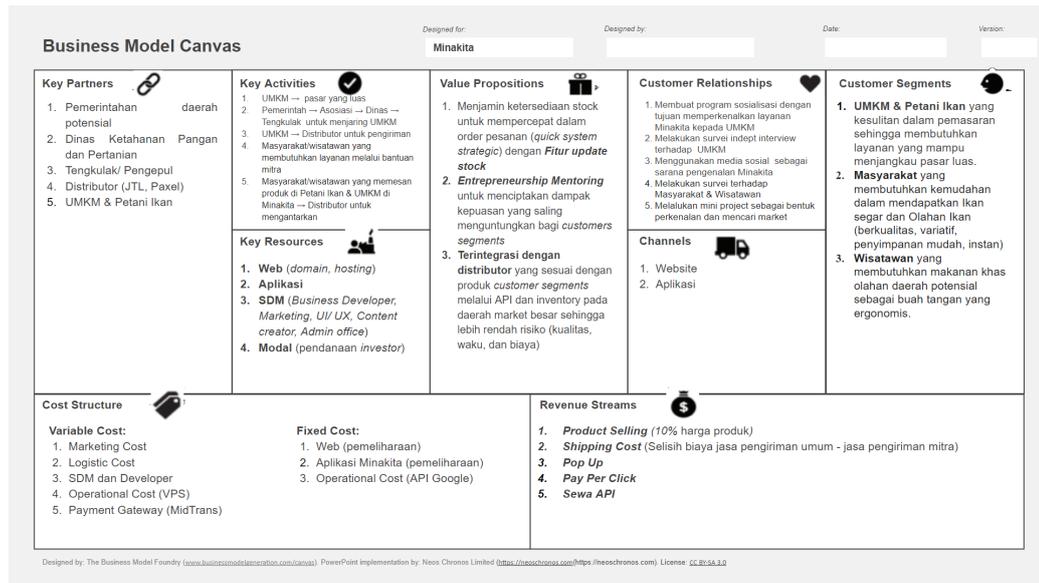
Distributor (c)	<ol style="list-style-type: none"> 1.Menguasai rute dan medan jalan Kabupaten Klaten 2.Mahir mengoperasikan motor dan mobil 	<ol style="list-style-type: none"> 1.Menyediakan layanan pengiriman 2.Mengintegrasikan API dengan sistem MinaKita untuk saling bersinergi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Layanan pengiriman <i>sameday</i> (VAc1→Vac2, Vac1←Ah1, Vac1←Ai1) 2. Fasilitas pendingin disetiap pengiriman <i>frozen food</i> (Vac2→Vac1) 3. Pengiriman dalam kota pada waktu setelah kesepakatan transaksi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendapatan dari jual jasa 2. Bagi hasil dari penggunaan API 	<i>Medium</i>
Investor/ Kreditor (d)	<ol style="list-style-type: none"> 1.Memahami teknik perbankan 2.Berpenampilan baik, ramah, dan komunikatif 	<ol style="list-style-type: none"> 1.Menyediakan pinjaman dana modal (Ad1→Ah2, Ad1→Ai3) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Program KUR usaha mikro dan supply chain financing 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bunga pinjaman 	<i>Low</i>
Media (e)	<ol style="list-style-type: none"> 1.Menguasai digital marketing 2.<i>Public speaking</i> baik dan lancar 	<ol style="list-style-type: none"> 1.Siaran pemasaran (Ae1→Aj1) 2.Liputan kegiatan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Brand loyalty (VAe1→VCf1) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendapatan dari biaya iklan 	<i>Medium</i>
Pemerintahan (f)	<ol style="list-style-type: none"> 1.Menguasai perkembangan Desa 2.Komunikatif 3.Simpatik dan empati 	<ol style="list-style-type: none"> 1.Regulator, fasilitator, dan akselerator masyarakat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterbukaan informasi nilai potensi pada daerah pemerintahan (VAf1→Rf2) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Brand image (VCf1←VAe1) 	<i>Medium</i>
Tengkulak (g)	<ol style="list-style-type: none"> 1.Komunikatif 2.Memiliki <i>channel</i> informasi luas (Rf2 →VAf1) 	<ol style="list-style-type: none"> 1.Membeli hasil budidaya Petani Ikan (Ag1→Ah2, Ag1→VCg1) 2.Memenuhi permintaan konsumen dalam jumlah besar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informasi ketersediaan pasar (VAg1→Ah1) 2. Informasi ketersediaan hasil panen (VAg2→Aj3) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagi hasil 	<i>High</i>
Petani Ikan (h)	<ol style="list-style-type: none"> 1.Memiliki <i>skill</i> budidaya 	<ol style="list-style-type: none"> 1.Penjualan ikan segar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ikan yang berkualitas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendapatan dari penjualan 	<i>Medium</i>

		(Ah1←VAg1, Ah1→Vac1)		ikan segar (VCh1←Ag1)	
		2. Budidaya berikanan (Ah2←Ag1, Ah2←Ad1)			
UMKM (i)	1. Berjiwa entrepreneurship	1. Penjualan produk (Ai1→Vac1) 2. Pemasaran produk 3. Produksi olahan ikan (Ai3←Ad1, Ai3←VAg2)	1. Kualitas olahan ikan 2. Variasi olahan ikan	1. Pendapatan dari penjualan olahan ikan	<i>Low</i>
Segment: Masyarakat/ Konsumen (j)		1. Menyediakan permintaan untuk pemenuhan konsumsi gizi ikan (Aj1←Ae1)	1. Melakukan pemesanan melalui platform MinaKita akan menciptakan keuntungan pada semua aktor ekosistem perikanan	1. Kemudahan bertransaksi dan memperoleh produk	<i>Low</i>

Sumber: Data Diolah Penulis

Selaras dengan teori yang disampaikan oleh Talmar et al. (2020) bahwa melalui pendekatan *Ecosystem Pie Model* (EPM) dapat menangkap bagaimana aktor dalam suatu ekosistem berinteraksi untuk menciptakan serta menangkap nilai-nilai. Mencapai proposisi nilai yang kompleks, perusahaan perlu mengandalkan aktor lain dalam ekosistem inovasinya. Melihat hasil analisis platform digital MinaKita pada Gambar 2 terlihat keberhasilan suatu ekosistem dalam mengidentifikasi kebutuhan setiap aktor dan mengeksplorasi keterkaitan antar elemen sehingga terlihat kompleks dan sistematis.

4. Strategi Optimalisasi Kelayakan Bisnis melalui Ekosistem Bisnis MinaKita



Gambar 3. *Business Model Canvas* Platform Digital MinaKita

Link BMC : https://docs.google.com/presentation/d/1_eetZe20GnO6W2X41AxlCfkUme1z0817/edit

Sumber: Data Diolah Penulis

Dalam pengembangan perlu didukung dengan rencana tertulis yang menjadi sebuah gagasan bagaimana kedepannya platform digital MinaKita dapat dioperasikan dengan layak. Gagasan tersebut berupa *Business Model Canvas* (BMC) yang diharapkan dapat membantu tim platform digital MinaKita untuk mangalokasikan nilai dari aktor ke aktor lainnya sehingga menciptakan tujuan dari sebuah bisnis yaitu keuntungan. Melalui keuntungan yang dinyatakan mengalami kenaikan yang signifikan akan dapat menjadikan EPM dan BMC dengan tahap lainnya sebagai sebuah strategi optimalisasi potensi perikanan air tawar.

SIMPULAN

1. Identifikasi Aktor Beserta Peran Dalam Bisnis MinaKita

Aktor yang termasuk dalam ekosistem bisnis digital MinaKita sesuai dengan tipe dari konsep aktor dan juga berperan dalam menunjang keberlanjutan bisnis digital MinaKita antara lain: target konsumen adalah masyarakat dalam hal ini adalah konsumen akhir dan juga wisatawan yang merupakan konsumen karena kunjungannya berwisata pada daerah potensial Kabupaten Klaten, komunitas yang terdiri dari Petani Ikan; UMKM; dan Asosiasi sebagai aktor utama yang harus segera dijangkau untuk dapat terpenuhi toko dan etalase yang berisi produk yang dijual, *shareholder* dalam bisnis MinaKita adalah bank yang menyediakan kredit pinjaman untuk UMKM, pekerja dalam MinaKita terdiri dari distributor melalui integrasi API yang dapat mengirimka produk kepada pembeli dan juga universitas yang dapat menyediakan lulusan terbaiknya untuk berkarir di MinaKita, *government* terdiri dari

lembaga pemeritahan daerah maupun lembaga pada sektor terkait yang membawahi sekaligus mengelola yaitu ada pemerintahan setempat; Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian; Dinas Komunikasi Informatika; dan Dinas PERINDAGKOP dan UMKM, dan yang yang utama merupakan perusahaan objek penelitian yaitu bisnis digital MinaKita yang menghimpun semua aktor untuk dapat berkolaborasi mengintegrasikan nilai masing-masing.

2. Hubungan Antar Aktor Dalam Bisnis MinaKita

Hubungan antar aktor didapatkan dari peran, hubungan yang diharapkan, kendala dalam menciptakan nilai, dan juga aktor yang berperan dalam penciptaan nilai aktor. Melalui bagian yang diperoleh data sumber terkait mendapatkan dan menentukan aktor terkait yang berperan dan juga yang tidak berperan atau terjadi kesenjangan setelah nilai antar aktor dipadankan yaitu Dinas PERINDAGKOP dan UMKM, Asosiasi, dan Universitas.

3. Peta Peran Bisnis MinaKita

Pada ekosistem bisnis digital MinaKia, semua aktor memiliki peranan penting. Berdasarkan hasil penelitian ini pihak yang memiliki peranan paling penting dalam ekosistem bisnis digital MinaKita adalah Petani Ikan dimana didukung pihak lainnya: Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian, Dinas Komunikasi Informatika, Distributor, Investor/ Kreditur, Media, Pemerintahan, Tengkulak, Petani Ikan, UMKM, dan *target segment* yaitu Masyarakat sebagai konsumen.

4. Strategi Optimalisasi Pemberdayaan Potensi Perikanan Air Tawar Melalui Ekosistem Bisnis Minakita

Mencapai potensi perikanan air tawar yang berdaya diperlukan koordinasi dan integrasi pihak berperan dan bernilai pada ekosistem bisnis digital MinaKita dengan mengadakan kompleksitas masalah dengan sistem akselerasi melalui *quick system* agar jangan sampai kepuasan buruk terjadi hingga membekas dalam hilir bisnis. Strategi optimalisasi dikatakan juga berdaya dalam hal ini MinaKita melalui strategi implementasi menggunakan *Business Model Canvas* yang menggabungkan nilai antar pihak untuk disampaikan kepada target konsumen sehingga mampu membuang sisa melalui pengurangan biaya dan penyimpanan sehingga mampu meningkatkan hasil yang efisien dan efektif.

Referensi :

- Anggraini, W. (2019, October 24). *Kolaborasi Sektor Pariwisata dan Industri Kreatif Bisa Bikin Indonesia Makin Keren | Plus.Kapanlagi.com*. <https://plus.kapanlagi.com/kolaborasi-sektor-pariwisata-dan-industri-kreatif-bisa-bikin-indonesia-makin-keren-65c1de.html>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Talmar, M., Walrave, B., Podoyntsyna, K. S., Holmström, J., & Romme, A. G. L. (2020). Mapping, analyzing and designing innovation ecosystems: The Ecosystem Pie Model.

Long Range Planning, 53(4). <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2018.09.002>

wibisana, m yusuf. (2021, August 2). *Pariwisata dan Industri Kreatif: Peluang dan Tantangan pada Masa dan Pasca Covid-19* | Universitas Terbuka. <https://www.ut.ac.id/berita/2021/08/pariwisata-dan-industri-kreatif-peluang-dan-tantangan-pada-masa-dan-pasca-covid-19>

Yanti, S. (2014). *KAJIAN STRATEGI PENGELOLAAN PERIKANAN BERKELANJUTAN*.

Zuzy Anna. (2020, August 28). *75 tahun merdeka, Indonesia masih punya banyak potensi kembangkan sektor kelautan dan perikanan*.