

BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) OF MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE (MSME) ON BINA BERSAMA FROM RINISA SHRIMP CRACKER PROCESSING BUSINESS KUTAI KARTANEGARA REGENCY

MODEL BISNIS KANVAS (BUSINESS MODEL CANVAS) PADA UMKM BINA BERSAMA USAHA PENGOLAHAN KERUPUK UDANG RINISA KABUPATEN KUTAI KARTANEGARA

¹⁾Imelda Permatasari, ^{2*)}Erwiantono, ³⁾Heru Susilo

¹⁾Mahasiswa Jurusan Sosek Perikanan

^{2,3)}Dosen Jurusan Sosial Ekonomi Perikanan

Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Mulawarman

Jl. Gn. Tabur, Gedung FPIK, Kampus Gn Kelua, Samarinda, 75123 Indonesia

Email: erwiantono@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to describe the business model using the nine elements of the Business Model Canvas (BMC) and to assess the business feasibility of the Bina Bersama UMKM Rinisa shrimp cracker processing enterprise in Anggana District, Kutai Kartanegara Regency, using four indicators: Revenue Cost Ratio (RCR), Payback Period (PP), Return on Investment (ROI), and Net Profit Margin (NPM). The research was conducted from June to September 2025 using a purposive sampling method. The owner as the only respondent. The results show that the customer segments consist of adults aged 25–55 years, housewives, local residents of Handil Terusan Village, and employees of PT Pertamina Hulu Mahakam (PHM). The product value proposition includes in its authentic shrimp flavor without preservatives, affordable pricing, and products that are legal, safe, and trustworthy. Marketing channels include direct sales, exhibitions, partnerships with distributors, and digital promotion through social media. Customer relationships are built through face-to-face interactions and social media. Key resources include physical assets, promotional content, business legality certificates, labor, and personal capital. Key activities comprise production, customer complaint handling, business licensing management, and marketing. Key partnerships are established with shrimp supplier, distributor, PT PHM, National Agency of Drug and Food Control (NADFC), and the Department of Industry, Trade, Cooperatives, and MSMEs (DITC). The cost structure consists of investment costs of IDR 6,143,611.11, depreciation costs of IDR 63,735.42, maintenance costs of IDR 309,175.00, and production costs of IDR 4,801,854.31. Revenue streams are derived from offline sales and sales to distributors. The feasibility analysis indicates that the business is viable, with an RCR of 1.51, a payback period of 3 months, an ROI of 43%, and an NPM of 34%.

Keywords: Business Feasibility, Business Strategy, Small Business Development.

ABSTRAK

*Corresponding author. Email address: erwiantono@gmail.com (Erwiantono)

DOI:

Received: 12-10-2025; Accepted: 14-11-2025; Published: 31-1-2026

Copyright (c) 2026 Imelda Permatasari, Erwiantono dan Heru Susilo

Jurnal Pembangunan Perikanan dan Agribisnis Published by Faculty of Fisheries and Marine Affairs, University of Mulawarman and This work is licensed under a <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan model bisnis menggunakan sembilan elemen *Business Model Canvas* (BMC) dan menilai kelayakan usaha pada UMKM Bina Bersama pengolahan kerupuk udang Rinisa di Kecamatan Anggana, Kabupaten Kutai Kartanegara menggunakan empat indikator, yaitu *Revenue Cost Ratio* (RCR), *Payback Periode* (PP), *Return on Investment* (ROI), dan *Net Profit Margin* (NPM). Penelitian dilaksanakan pada Juni–September 2025 dengan menggunakan metode *purposive sampling*, dengan pemilik usaha menjadi satu-satunya responden penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa segmen pelanggan usaha ini terdiri dari kelompok usia dewasa 25–55 tahun, ibu rumah tangga, masyarakat lokal Desa Handil Terusan, dan karyawan PT Pertamina Hulu Mahakam (PHM). Proposisi nilai produk ditunjukkan melalui penggunaan 100% daging udang asli tanpa bahan pengawet, harga terjangkau, dan legalitas produk berupa sertifikat halal, izin PIRT, dan izin usaha. Saluran pemasaran meliputi penjualan langsung, pameran, kerjasama melalui Gerai Panglima, serta promosi digital melalui Facebook dan WhatsApp. Hubungan pelanggan dibangun melalui komunikasi personal dan strategi *Word of Mouth*. Sumber daya utama meliputi aset fisik, tenaga kerja keluarga, dukungan promosi dari PT PHM, dan modal pribadi. Aktivitas utama mencakup produksi, pemecahan masalah, dan pemasaran. Kemitraan utama dijalin dengan pengepul udang, Gerai Panglima, dan PT PHM. Struktur biaya terdiri dari biaya investasi Rp6.108.611, biaya penyusutan Rp63.735,42, dan biaya tidak tetap Rp4.884.354,31. Arus pendapatan berasal dari penjualan offline, pengiriman ke retail dan honor dari PT PHM.

Hasil analisis menunjukkan usaha ini layak dijalankan, dengan RCR 1,58, PP 3 bulan, ROI 47%, dan NPM 37%.

Kata Kunci: Kelayakan Usaha, Strategi Bisnis, Pengembangan Usaha Kecil .

PENDAHULUAN

Kabupaten Kutai Kartanegara berada di Provinsi Kalimantan Timur memiliki potensi ekonomi yang besar, dengan sektor perikanan yang menyumbang sebesar 127.973,09 ton atau dengan persentase 63,60% (Badan Pusat Statistik Kabupaten Kutai Kartanegara, 2022). Salah satunya kecamatannya adalah kecamatan Anggana, yang menjadi lokasi berkembangnya beberapa UMKM, termasuk UMKM Bina Bersama Kerupuk Udang Rinisa. Usaha pengolahan kerupuk udang ini telah berdiri sejak tahun 2009 dan merupakan UMKM binaan PT. Pertamina Hulu Mahakam (PHM).

UMKM kerupuk udang Rinisa didukung oleh ketersediaan bahan baku udang yang relatif stabil, namun masih menghadapi tantangan seperti persaingan produk sejenis, perubahan preferensi konsumen, serta keterbatasan pemasaran dan akses pasar. Untuk menjawab tantangan tersebut, *Business Model Canvas* (BMC) digunakan sebagai alat analisis dalam mengevaluasi dan mengembangkan strategi bisnis. Menurut Maftahah et al., (2018) BMC merupakan alat strategi yang mampu menggambarkan dan menilai model bisnis secara

menyeluruh, dan efektivitasnya juga terbukti efektif penelitian yang dilakukan oleh Zulkifli et al., (2024) tentang “Model Bisnis Pada Usaha Aqueena Sambal Ikan Gabus Kota Samarinda Dengan Pendekatan Business Model Canvas” yang berhasil mengidentifikasi model bisnis UMKM sejenis di bidang olahan hasil perikanan.

Melalui pendekatan 9 elemen BMC, UMKM Bina Bersama kerupuk udang Rinisa dapat menggambarkan model bisnis yang dijalankan sekaligus mengidentifikasi aspek yang perlu di tingkatkan. Pendekatan ini sejalan dengan tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui gambaran bisnis UMKM berdasarkan pendekatan 9 elemen dari Business Model Canvas (BMC) dan untuk menilai kelayakan usaha yang ditinjau dari indikator R/C Rasio (RCR), Payback Periode (PP), Return on Investment (ROI) dan Net Profit Margin (NPM).

METODE PENELITIAN

Lokasi Studi

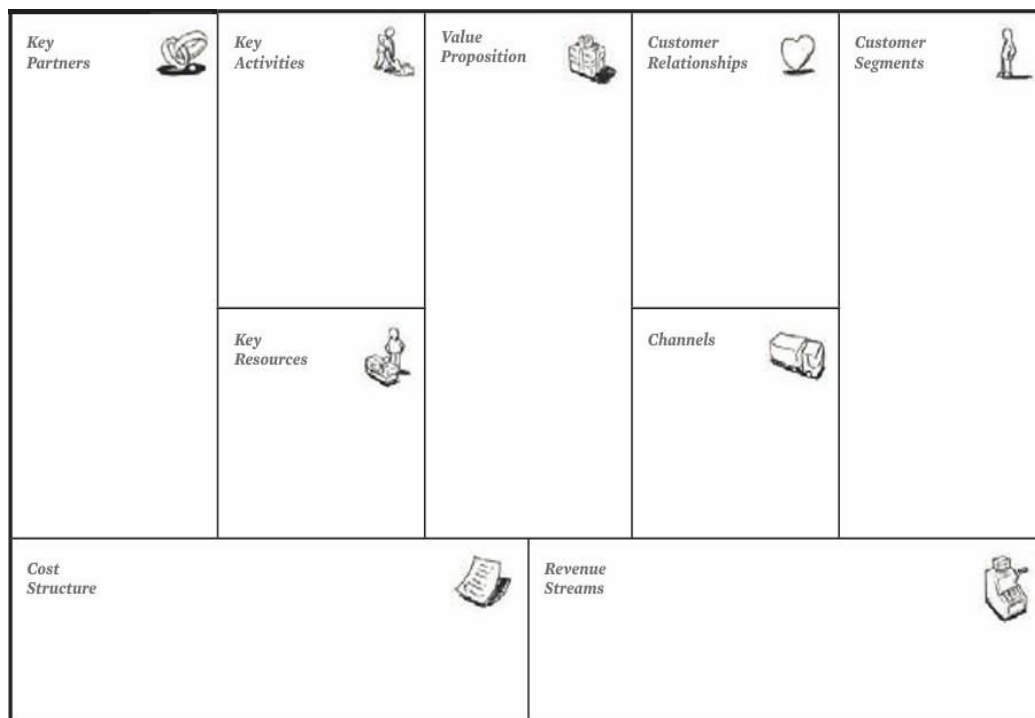
Penelitian ini dilaksanakan pada UMKM Bina Bersama usaha pengolahan kerupuk Udang Rinisa yang terletak di Kecamatan Anggana Kabupaten Kutai Kartanegara yang dimulai pada bulan september 2024 sampai dengan bulan Agustus 2025.

Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Menurut Hidayat (2019) studi kasus merupakan metode kajian yang dilakukan secara mendalam terhadap suatu objek yang memiliki karakteristik khusus atau unik, baik pada kelompok, lembaga, maupun individu tertentu. Pada pengambilan sampelnya penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Menurut Sugiyono (2018) Purposive Sampling adalah teknik pengambilan sampel dari sumber data dengan pertimbangan tertentu. Sampel dalam penelitian ini adalah Usaha Pengolahan Kerupuk Udang Rinisa dan pemilik usaha sebagai satu-satunya responden dalam penelitian ini.

Teknik Analisis

Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan metode metode kuantitatif. Metode kualitatif digunakan sebagai alat deskripsi 9 elemen dari Business Model Canvas yaitu Customer Segments merupakan target pasar yang ingin dijangkau atau dilayani oleh suatu perusahaan, Value propositions adalah manfaat dan nilai unik dari nsuatu produk, layanan, atau merek, Channels merupakan saluran pemasaran atau penjualan produk dari produsen ke pengguna akhir, Customer Realtionship adalah jenis hubungan yang dibangun suatu usaha dengan segmen pelanggannya, Revenue Streams merupakan sumber pemasukan bagi suatu usaha, Key Resource adalah aset, manusia, intelektual dan finansial yang dibutuhkan sebuah bisnis , Key Activities merupakan kegiatan yang harus dilakukan suatu bisnis untuk menciptakan, memberikan, dan mempertahankan proposisi nilai produk ke pelanggan, Key partnership adalah individu atau sekelompok orang yang menjalin kerjasama dengan pemilik usaha untuk mendukung operasional, menciptakan nilai produk atau mencapai tujuan yang dapat dicapai sendiri, dan Cost Structure adalah keseluruhan komponen biaya yang dikeluarkan suatu usaha. Bentuk visual dalam bentuk canvas dari 9 elemen BMC dapat dilihat pada gambar 1 berikut ini :



Gambar 1. Kanvas 9 elemen BMC
Sumber : Osterwalder *et al*, (2010)

Sedangkan metode kuantitatif digunakan untuk menghitung biaya penyusutan, total biaya produksi dan menghitung kelayakan usaha dengan menggunakan kriteria investasi tidak terdiskonto. Analisis kelayakan usaha tidak terdiskonto adalah metode analisis yang tidak mempertimbangkan perubahan nilai uang akibat tingkat bunga, sehingga nilai uang pada masa mendatang dianggap tetap atau tidak berbeda dari nilai saat ini (Maulana, 2022).

a. Biaya penyusutan

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2009) penyusutan merupakan alokasi jumlah disusutkan secara sistematis dari suatu aset selama umur manfaatnya. Adapun rumus metode garis lurus yang digunakan untuk dalam penelitian ini (Ikatan Akuntan Indonesia, 2009) sebagai berikut :

$$\frac{\text{Harga Perolehan Aset} - \text{Nilai Sisa}}{\text{Estimasi Umur Kegunaan}}$$

b. Total biaya produksi

Menurut Nursanty et al., (2022) Biaya produksi merupakan pengeluaran yang diperlukan untuk mengubah bahan baku menjadi produk akhir yang siap dipasarkan. Rumus yang digunakan untuk menghitung biaya produksi dalam penelitian ini menurut Nursanty et al., (2022) sebagai berikut

$$TC = TFC + TVC$$

c. Total penerimaan

Soekartawi (2016) menjelaskan bahwa penerimaan adalah hasil dari perkalian antara jumlah produk yang dihasilkan dengan harga jual produk tersebut. Total penerimaan dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Soekartawi, 2003) :

$$TR = P \times Q$$

d. Pendapatan

Soekartawi (2016) menjelaskan bahwa pendapatan atau keuntungan adalah hasil dari pengurangan total penerimaan dengan seluruh biaya yang dikeluarkan. Menurut

Rumallang, A (2019) Pendapatan dari usaha pengolahan kerupuk udang Rinisa dirumuskan sebagai berikut :

$$I = TR - TC$$

e. *Revenue Cost Ratio*

Analisis RCR menurut Suratiyah (2015), adalah perbandingan antara total penerimaan dengan biaya total. Adapun rumus *Revenue Cost Ratio* yang digunakan untuk menilai efisiensi suatu usaha sebagai berikut (Soekartawi, 2016) :

$$RCR = \frac{Total\ Revenue}{Total\ Cost}$$

Kriteria :

Jika nilai $RCR > 1$, maka usaha tersebut menguntungkan atau layak dijalankan

f. *Payback Periode*

Analisis PP digunakan untuk mengetahui lamanya perputaran modal investasi yang digunakan dalam melakukan usaha atau dengan kata lain untuk mengetahui waktu yang dapat digunakan untuk menutup kembali pengeluaran investasi dengan menggunakan keuntungan sebagai perbandingan (Tajerin et al dalam Antika et al., 2014). Kasmir & Jakfar, (2020) menyatakan bahwa rumus yang digunakan pada *Payback Periode* adalah sebagai berikut :

$$Payback\ Period = \frac{Investasi\ Awal}{Kas\ Masuk\ Bersih} \times \frac{1}{12} \text{ bulan}$$

Kriteria :

Apabila masa pengembalian lebih cepat, maka usaha dapat dikatakan layak.

g. *Return On Investment (ROI)*

Gigentika et al., (2013) mengungkapkan bahwa Return On Investment (ROI) adalah kemampuan dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan keuntungan bersih. Hasil perhitungan ROI di dapat dengan menggunakan rumus berikut ini (Syamsuddin, 2011)

$$ROI = \frac{Laba\ Bersih}{Total\ Investasi} \times 100\%$$

Kriteria:

Suatu usaha layak dikembangkan apabila mempunyai nilai ROI > suku bunga bank KALTIMTARA.

h. Net Profit Margin (NPM)

NPM adalah rasio yang menunjukkan kemampuan suatu usaha dalam menghasilkan laba bersih setelah dikurangi beban pajak (Magfirah dan Fitri, 2019). Hasil perhitungan NPM di dapat dengan menggunakan rumus berikut ini (Kasmir 2019):

$$NPM = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

Kriteria :

Jika nilai *Net Profit Margin* > 5% menunjukkan usaha tersebut sangat layak dijalankan (Sujarweni, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Usaha Pengolahan Kerupuk Udang Rinisa Kerupuk udang merupakan kerupuk yang terbuat dari campuran tepung dan udang, yang kualitasnya tergantung pada banyaknya udang digunakan, semakin banyak komposisi udang dalam kerupuk, maka semakin tinggi kualitasnya (Afifah & Anjani, 2008). Salah satu UMKM pengolahan kerupuk udang di wilayah ini adalah UMKM Bina Bersama Kerupuk Udang Rinisa yang didirikan pada tahun 2012 oleh Ibu Rosita di Desa Handil Terusan. Usaha ini bermula dari upaya meningkatkan pendapatan keluarga dengan modal awal sebesar Rp5.000.000 dan melalui berbagai proses percobaan hingga menghasilkan kerupuk berbahan udang asli yang berhasil diproduksi kurang lebih sebanyak 100kg perbulan.

Produk yang dihasilkan tersebut mendapat respons positif dari masyarakat dan menarik perhatian PT Pertamina Hulu Mahakam (PHM), yang kemudian memberikan

Model Bisnis Kanvas (Business Model Canvas) pada Umkm Bina bersama Usaha Pengolahan Kerupuk Udang Rinisa Kabupaten Kutai Kartanegara (Permatasari, dkk)

pembinaan melalui program UMKM sejak 2013. Dukungan tersebut mencakup pelatihan, fasilitas perizinan, serta promosi, sehingga usaha ini berhasil memperoleh NIB, P-IRT, dan sertifikat halal. Pemasaran dilakukan melalui promosi mulut ke mulut, media sosial, serta keikutsertaan dalam pameran yang difasilitasi PT PHM. Pada tahun 2022, Kerupuk Udang Rinisa berhasil masuk ke retail Pusat Oleh-Oleh Panglima, yang menandai perluasan pasar dan menunjukkan bahawa usaha ini terus berkembang serta memiliki potensi untuk bersaing di pasar yang lebih luas.

Business Model Canvas

Business Model Canvas pada UMKM Bina Bersama usaha pengolahan kerupuk udang rinisa yang terdiri dari 9 elemen, yaitu *Customer Segments*, *Value Proposition*, *Channel*, *Customer Relationship*, *Revenue Stream*, *Key Resources*, *Key Activities*, *Key Partnership*, dan *Cost Structure* yang dapat dilihat pada gambar 2 dibawah ini.

Key Partnership <ul style="list-style-type: none">• Pengepul udang• Distributor• PT. Pertamina Hulu Mahakam• BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan)• Dinas perindaskop	Key Activities <ul style="list-style-type: none">• Produksi kerupuk udang• Membuka layanan aduan• Pengajuan dan pembuatan sertifikat izin usaha• Pemasaran dan promosi Key Resources <ul style="list-style-type: none">• Sumberdaya fisik : rumah produksi, alat produksi, bahan baku, dan lainnya.• Sumberdaya intelektual : konten promosi, Sertifikat P-IRT, Halal dan Izin Usaha• Sumberdaya manusia : tenaga pekerja• Sumberdaya finansial : Modal usaha pribadi	Value Proposition <ul style="list-style-type: none">• Produk legal, aman, dan terpercaya• Rasa yang otentik• Tidak menggunakan pengawet tambahan• Harga terjangkau• Menggunakan kemasan dan stiker yang informatif	Customer Relationship <ul style="list-style-type: none">• Membangun hubungan melalui tatap muka dan media sosial• Membangun hubungan jangka panjang dengan membagikan kartu nama Channels <ul style="list-style-type: none">• Saluran penjualan langsung• Saluran pemasaran melalui media sosial• kemitraan dengan distributor	Customer Segment <ul style="list-style-type: none">• Orang dewasa dengan kisaran umur 25-60 tahun• Warga lokal• Karyawan PT. Pertamina Hulu Mahakam
Cost Structure <ul style="list-style-type: none">• Biaya investasi : Rp6.143.611,11 (56,13%)• Biaya penyusutan : Rp63.735,42• Biaya pemeliharaan : Rp309.175,00• Biaya produksi : Rp4.801.854,31 (43,87%)			Revenue Stream <ul style="list-style-type: none">• Melalui pembelian berulang (re-purchase)• Melalui penjualan ke distributor• Menjadi perwakilan UMKM binaan PT PHM• Total penerimaan : Rp7.830.000• Total pendapatan : Rp2.655.235,27	

Gambar 2. Gambaran BMC pada usaha pengolahan kerupuk udang Rinisa

1. Segmen pelanggan (*Customer Segments*)

Segmen pelanggan kerupuk udang Rinisa terdiri dari beberapa kelompok utama, yaitu ibu rumah tangga yang merupakan segmen terbesar, diikuti oleh para suami atau kepala keluarga, serta penduduk lokal di sekitar Jl. Handil C yang sering berbelanja karena kedekatan tempat dan ketertarikan pada rasa produk. Selain itu, pegawai PT Pertamina Hulu Mahakam (PHM) juga menjadi bagian penting yang membeli produk sebagai oleh-oleh.

2. Proposisi nilai (*Value Proposition*)

Kerupuk Udang Rinisa memiliki beberapa keunggulan utama seperti, menggunakan 100% daging udang asli tanpa pengawet, sehingga memberikan rasa gurih alami dan kualitas yang lebih baik dibandingkan produk sejenis. Harganya terjangkau, sehingga dapat menjangkau berbagai segmen konsumen. Produk ini juga telah memiliki sertifikat halal dan izin P-IRT, yang meningkatkan kepercayaan serta membuka peluang pemasaran lebih luas. Produk ini dikemas secara higienis dengan stiker berisi informasi lengkap, serta tersedia dalam berbagai ukuran sesuai kebutuhan pelanggan, meskipun biaya kemasan yang tinggi menjadi kendala pada usaha ini. Selain kualitas produk, nilai emosional dan kedekatan konsumen terutama dengan warga lokal dan karyawan PHM yang sering menjadikan produk ini oleh-oleh menjadi bagian penting dari proposisi nilai kerupuk udang Rinisa.

3. Saluran (*Channels*)

Saluran yang digunakan Kerupuk Udang Rinisa mencakup penjualan langsung dan tidak langsung. Penjualan langsung dilakukan di rumah produksi serta melalui event/pameran yang difasilitasi PT. PHM, yang membantu promosi dengan menyediakan display khusus, desain stiker, dan kartu nama. Namun, usaha tidak dapat bergantung pada dukungan PT. PHM secara jangka panjang sehingga perlu mempunyai strategi promosi mandiri. Penjualan tidak langsung dilakukan melalui Gerai Panglima dengan

sistem pre-order dua bulanan, sehingga produk dapat menjangkau konsumen lebih luas, termasuk wisatawan. Meskipun efektif, perluasan distribusi masih terkendala persyaratan administrasi ritel dan jumlah mitra yang masih terbatas.

Usaha juga memanfaatkan Facebook dan WhatsApp untuk promosi, komunikasi, dan pemesanan, sementara pelanggan eceran banyak diperoleh melalui Word of Mouth (WOM), sementara komunikasi dengan mitra ritel dilakukan secara formal untuk memastikan pemesanan dan jadwal distribusi.

4. Hubungan pelanggan (Customer Relationship)

Hubungan pelanggan pada usaha Kerupuk Udang Rinisa dibentuk melalui interaksi yang sederhana namun terus menerus, seperti penjualan langsung di tempat produksi, serta komunikasi melalui telepon, WhatsApp, dan Facebook. Pertemuan langsung menjadi metode yang paling utama karena memungkinkan pemilik untuk menjelaskan kualitas produk, membangun hubungan emosional, dan mendapatkan masukan langsung dari pelanggan. Komunikasi melalui WhatsApp untuk pemesanan dan Facebook untuk informasi mengenai harga, ketersediaan, dan promosi juga berkontribusi dalam memperkuat pemasaran dari mulut ke mulut (WOM). Tujuan dari hubungan ini adalah untuk meningkatkan kepuasan, loyalitas, penjualan, serta memperoleh umpan balik untuk perbaikan bisnis, serta dukungan dari PT PHM berupa kartu nama dan desain stiker turut meningkatkan citra usaha.

5. Sumber daya utama (Key Resources)

Sumber daya utama pada usaha Kerupuk Udang Rinisa terdiri dari empat kategori, yaitu sumber daya fisik, intelektual, manusia, dan finansial. Sumber daya fisik mencakup rumah produksi, peralatan produksi seperti blender, freezer, alat pres, timbangan, panci kukusan, motor distribusi, serta ketersediaan bahan baku udang yang diperoleh dari pengepul lokal. Sebagian peralatan produksi merupakan bantuan dari PT Pertamina Hulu Mahakam (PHM) sehingga dapat mengurangi beban biaya investasi.

Sumber daya intelektual meliputi konten dan media promosi, merek usaha, stiker kemasan, serta legalitas usaha berupa Sertifikat P-IRT, sertifikat halal, dan izin usaha, yang turut didukung oleh PT PHM melalui penyediaan desain promosi dan akses pameran. Sumber daya manusia pada usaha ini berasal dari tenaga kerja keluarga, di mana Ibu Rosita berperan utama dalam menjalankan proses produksi hingga pemasaran dengan bantuan suaminya. Sumber daya finansial pada usaha ini berupa modal yang digunakan untuk membeli peralatan dan bahan baku merupakan modal pribadi tanpa melalui pinjaman, dengan pengelolaan keuangan yang dilakukan secara manual.

6. Aktivitas utama (*Key Activity*)

Aktivitas utama pada usaha kerupuk udang Rinisa mencakup produksi, pelayanan dan pemecahan masalah pelanggan, promosi, penerapan SOP, dan dukungan sumber daya.

a. Aktivitas Produksi

Produksi menjadi aktivitas paling penting, dimulai dari pengadaan udang segar, pemilihan kualitas, pencampuran bahan, pencetakan, pengukusan, pengirisan, penjemuran hingga pengemasan.

b. Pemecahan Masalah dan Layanan aduan

Usaha juga fokus pada layanan pelanggan melalui diskusi langsung maupun komunikasi jarak jauh (telepon dan *WhatsApp*).

c. Pengajuan dan Pengurusan Sertifikat Izin Usaha

Aktivitas lain yang dilakukan adalah pengajuan dan pengurusan legalitas usaha, seperti izin PIRT dan sertifikat halal, yang bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperluas akses pasar.

d. Aktivitas Pemasaran dan Promosi

Event atau pameran yang didukung PT Pertamina Hulu Mahakam (PHM), membantu memperluas pasar, meningkatkan citra usaha, dan membangun jaringan baru. Media sosial seperti *Facebook* dan *WhatsApp* untuk membagikan informasi produk, harga, dan komunikasi pemesanan. Strategi *Word of Mouth* (WOM), yaitu

Model Bisnis Kanvas (Business Model Canvas) pada Umkm Bina bersama Usaha Pengolahan Kerupuk Udang Rinisa Kabupaten Kutai Kartanegara (Permatasari, dkk)

rekomendasi alami dari pelanggan yang puas, menjadi metode promosi yang sangat efektif tanpa biaya besar.

e. Penerapan SOP

SOP diterapkan untuk menjaga konsistensi kualitas, mulai dari kebersihan rumah produksi, pengolahan bahan baku seperti memakai udang yang harus dalam keadaan segar, standar pengemasan seperti menggunakan plastik kemasan yang sudah *food grade*, pelayanan pelanggan seperti menerima semua keluhan atau masukan yang kemudian ditanggapi dengan komunikasi yang sopan, hingga penentuan harga. SOP membantu operasional berjalan lebih teratur, meminimalkan kesalahan, dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap mutu produk.

f. Dukungan Sumber Daya

Sumber daya yang dimiliki usaha ini dari segi fisik meliputi, rumah produksi, peralatan, dan bahan baku menjadi penunjang utama dalam proses produksi. Dari sisi manusia, keterlibatan Ibu Rosita dan suaminya dalam setiap tahapan usaha menjadi kekuatan utama, karena keduanya memiliki komitmen tinggi terhadap kualitas. Dari sisi intelektual, legalitas usaha berupa sertifikat halal, izin PIRT, serta atribut promosi. PT. PHM memberikan nilai tambah yang memperkuat kegiatan pemasaran. Sementara dari sisi finansial, modal usaha yang ada cukup untuk mendukung produksi rutin meskipun pengelolaan keuangan masih dilakukan secara manual.

7. Kemitraan utama (*Key Partnership*)

Kemitraan yang memiliki peran penting dalam keberlanjutan usaha kerupuk udang Rinisa, yaitu pengepul udang sebagai pemasok bahan baku, Gerai Panglima sebagai mitra distribusi, serta PT Pertamina Hulu Mahakam (PHM) sebagai mitra pembinaan dan pemasaran. Selain itu, BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) dan Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi (Disperindaskop) berperan dalam kepengurusan legalitas usaha, khususnya terkait perizinan dan standar keamanan pangan. Seluruh kemitraan tersebut saling melengkapi dan berkontribusi langsung

terhadap kelancaran produksi, distribusi, hingga strategi pengembangan usaha.

Di luar mitra resmi, usaha ini juga mendapat dukungan tidak langsung dari pelanggan tetap dan masyarakat sekitar. Mereka berkontribusi melalui promosi alami (*Word of Mouth*), yaitu merekomendasikan produk kepada orang lain. Meskipun tidak terstruktur, cara ini sangat efektif untuk menjangkau konsumen baru tanpa biaya besar.

8. Struktur biaya (*Cost Structure*)

Struktur biaya pada usaha kerupuk udang Rinisa terdiri atas tiga komponen utama: biaya investasi, biaya penyusutan, biaya pemeliharaan, dan biaya tidak tetap. Pertama, biaya investasi mencakup pembelian peralatan produksi seperti blender, timbangan, panci kukusan, sealer, dan freezer, dengan total Rp6.143.611,11, dengan biaya terbesar yang dikeluarkan ada pada motor sebagai sarana transportasi pembelian bahan baku dengan persentase sebesar 52,90%

Kedua, biaya penyusutan timbul dari pemakaian peralatan secara rutin, dengan total Rp63.735,42, yang menggambarkan penurunan nilai aset. Penyusutan ini penting diperhitungkan untuk mempersiapkan biaya penggantian peralatan agar produksi tetap lancar.

Ketiga, biaya pemeliharaan sebesar Rp309.175,00 yang dikeluarkan untuk perawatan rutin beberapa peralatan produksi dan perbaikan ringan akibat pemakaian, agar peralatan tetap layak pakai dan mampu mendukung kelancaran operasional.

Keempat, biaya tidak tetap mencakup kebutuhan operasional harian seperti udang, tepung, minyak, plastik kemasan, dan tabung gas dengan total Rp4.801.854,31 per bulan, dengan biaya terbesar yang dikeluarkan ada pada udang bintang sebagai bahan baku utama dengan persentase sebesar 31,24%.

9. Arus Pendapatan (*Revenue Streams*)

Arus pendapatan usaha kerupuk udang Rinisa berasal dari tiga sumber utama. Pertama, penjualan langsung di rumah produksi yang menjadi pendapatan terbesar berkat tingginya frekuensi pembelian dari pelanggan setia. Kedua, penjualan melalui retailer, terutama Gerai Panglima, dengan sistem pre-order setiap dua bulan yang membantu

Model Bisnis Kanvas (Business Model Canvas) pada Umkm Bina bersama Usaha Pengolahan Kerupuk Udang Rinisa Kabupaten Kutai Kartanegara (Permatasari, dkk)

memperluas jangkauan pasar dan memperkuat citra produk sebagai oleh-oleh khas daerah. Ketiga, pendapatan tambahan berupa honor yang diterima pemilik usaha saat mewakili UMKM binaan PT PHM dalam berbagai event dan pameran.

Dalam kegiatan penjualannya, usaha ini menerapkan harga yang stabil untuk menjaga kepercayaan pelanggan, serta memberikan diskon pada situasi tertentu seperti pembelian besar. Sistem pembayaran bersifat fleksibel, mulai dari tunai, transfer digital, hingga sistem bayar kemudian bagi pelanggan terpercaya.

Hasil penjualan menunjukkan pendapatan bulanan sebesar Rp7.830.000 dan laba bersih Rp2.655.235,27. Analisis kelayakan finansial juga menunjukkan kondisi yang sangat positif, dengan nilai RCR 1,51, Payback Period 3 bulan, ROI 43%, dan Net Profit Margin 34%.

Rincian Total Biaya, Penerimaan, Keuntungan dan Kelayakan Usaha

Tabel 1. Rincian Total Biaya, Penerimaan, Keuntungan dan Kelayakan Usaha

No	Uraian	Nilai	Justifikasi	Keterangan
1	Biaya investasi	6.143.611,11	-	-
2	Biaya Penyusutan	63.735,42	-	-
3	Biaya pemeliharaan	309.175,00		
3	Biaya Produksi	4.801.854,31	-	-
4	Penerimaan	7.830.000	-	-
5	Keuntungan	2.655.235,27	-	-
6	RCR	1,51	RCR > 1	Efisien
7	PP	3 bulan	< 5 tahun	Layak
8	ROI	43%	Nilai ROI > Suku bunga bank KALTIMTARA	Layak
9	NPM	34%	Nilai Net Profit Margin > 5%	Layak

Menurut Syafril *et al.*, (2022) biaya investasi merupakan bagian dari pengeluaran yang harus dikeluarkan oleh pelaku usaha perikanan, seperti dalam usaha budidaya ikan,

penangkapan ikan, dan pengolahan hasil perikanan. Pada UMKM Bina Bersama kerupuk udang Rinisa, adapun biaya investasi yang sebesar Rp6.143.611,11 atau setara dengan 56,13% dari keseluruhan total biaya. Perhitungan biaya penyusutan investasi dihitung dengan menggunakan metode garis lurus (*straight line method*), dengan nilai penyusutan sebesar Rp63.735,42. Dengan metode garis lurus, biaya penyusutan setiap tahun tetap sama dan tidak mempengaruhi hasil atau volume produksi yang diperoleh (Setiawan, 2001).

Selain biaya investasi, biaya produksi (operasional) merupakan komponen penting bagi keberlanjutan usaha perikanan, karena biaya ini dikeluarkan oleh pelaku usaha selama proses produksi berlangsung (Syafri et al., 2022). Berdasarkan tabel diatas, biaya produksi usaha pengolahan kerupuk Udang Rinisa sebesar Rp4.801.854,31/bln atau berkontribusi sebesar 43,87% dari keseluruhan total biaya. Soekartawi (2016) menjelaskan bahwa penerimaan adalah hasil dari perkalian antara jumlah produk yang dihasilkan dengan harga jual produk tersebut, maka total pendapatan yang diperoleh dari seluruh penjualan yaitu sebesar Rp7.830.000/bulan. Pendapatan adalah selisih antara penerimaan hasil penjualan dengan biaya produksi (Susilo, 2007). Oleh karena itu, keuntungan yang diperoleh usaha kerupuk udang Rinisa sebesar Rp2.655.235,27/bulan

Analisis kelayakan dilakukan untuk memastikan bahwa usaha yang akan dilaksanakan mampu memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Dengan kata lain, kelayakan menunjukkan bahwa usaha tersebut dapat memberikan keuntungan, baik secara finansial maupun non-finansial, sesuai dengan tujuan yang diharapkan (Siregar, 2012). Empat indikator kelayakan usaha tersebut digunakan untuk menggambarkan tingkat efisiensi usaha, kecepatan pengembalian modal, kemampuan investasi dalam menghasilkan keuntungan, serta besarnya laba bersih yang diperoleh.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, UMKM Bina Bersama Kerupuk Udang Rinisa memiliki model bisnis yang terstruktur dan saling terintegrasi berdasarkan sembilan elemen Business Model Canvas. Segmen pelanggan utama telah terbentuk jelas, proposisi nilai produk unggul melalui kualitas, legalitas, dan harga terjangkau, serta didukung oleh saluran distribusi, hubungan pelanggan, sumber daya, aktivitas utama, dan kemitraan yang berjalan efektif. Struktur biaya dan arus pendapatan menunjukkan pengelolaan yang efisien sehingga mendukung keberlanjutan usaha.

Dari aspek finansial, usaha ini dinyatakan layak dijalankan, dengan nilai RCR 1,51, *Payback Period* 3 bulan, ROI 43%, dan NPM 34%, yang menunjukkan usaha efisien, cepat mengembalikan modal, serta mampu menghasilkan laba yang baik dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada ibu Rosita selaku pemilik usaha pengolahan kerupuk udang Rinisa yang telah banyak membantu dan memberikan waktunya selama menjadi responden dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, D. N., & Anjani, G. 2008. Sistem produksi dan pengawasan mutu kerupuk udang berkualitas ekspor. Seminar Nasional PATPI 2008 : 1-6
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Kutai Kartanegara. 2022. Kabupaten Kutai Kartanegara Dalam Angka 2022. Badan Pusat Statistik Kabupaten Kutai Kartanegara. Kabupaten Kutai Kartanegara.
- Gigentika, S., Hari Wisudo, S., dan Mustaruddin. 2013. Kelayakan Finansial Usaha Perikanan Pancing Tonda di PPP Labuhan Lombok Kabupaten Lombok Timur. Buletin PSP. Vol. 21(2), 137–148.

- Hidayat, T. (2019). Pembahasan Studi Kasus Sebagai Bagian Metodologi Penelitian. *Jurnal Studi Kasus*. Vol 3(1). 1-13
- Ikatan Akuntansi Indonesia. 2009. Standar akuntansi keuangan. Edisi Per 1 Juli 2009. Salemba Empat, Jakarta. 1.544 hal.
- Kasmir. 2019. Analisis Laporan Keuangan. Edisi 12. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta. 378 hal.
- Kasmir, & Jakfar. 2020. Studi Kelayakan Bisnis. Prenadamedia Group, Jakarta. 262 hal.
- Maftahah, R., Wijayantini, B., & Setianingsih, W. E. 2018. Strategi Pengembangan Usaha budidaya Jamur Dengan Pendekatan Business Model Canvas (BMC). *Inovator*. Vol. 11(2). 300–310.
- Magfirah, O. S., dan Fitri, Y. 2019. Analisis Efisiensi Biaya Produksi Dengan Penggunaan Biaya Standar Dalam Meningkatkan Rasio Net Profit Margin (Studi Empiris Pada Umkm Dendeng Sapi Di Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*. Vol. 4 (2). 334–343.
- Maulana, R. 2022. Analisis Kelayakan Finansial Industri Penangkapan dan Pengolahan Ikan Asin Di Pulau Pasaran Kota Bandar Lampung. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung, Bandar Lampung, 141 hal. (Dipublikasi)
- Nursanty, I. A., Jusmarni, Minarni, Fauzi, A. K., Maqsudi, A., Anwar, Rachmawati, T., Maria, & Febrianty. 2022. Akuntansi Manajemen. Seval Literindo Kreasi. Nusa Tenggara Timur
- Osterwalder, A., dan Pigneur, Y. 2010. Business Model Generation. Jhon Wiley and Sons, Inc. Hoboken, New Jersey. 228 p.
- Rumallang, A. 2019. Kajian Bagi Hasil Dan Pendapatan Petani Berbasis Komoditi Di Desa Erelembang Kecamatan Tombolopao Kabupaten Gowa. *Ziraa'ah Majalah Ilmiah Pertanian*. Vol. 44 (3). 326–336.
- Setiawan, J. S. 2001. Kajian Terhadap Beberapa Metode Penyusutan Dan Pengaruhnya Terhadap Perhitungan Beban Pokok Penjualan (Cost Of Good Sold). *Jurnal Akuntansi & Keuangan*. Vol. 03. 157–173.

- Siregar, G. 2012. Analisis Kelayakan dan Strategi Pengembangan Usaha Ternak Sapi Potong. Jurnal Ilmu Pertanian. Vol. 17. 192-201.
- Soekartawi. 2003. Teori ekonomi produksi dengan pokok bahasan analisis CobbDouglas. PT Rajagrafindo Persada, Jakarta. 249 hal.
- Soekartawi. 2016. Agribisnis Teori dan Aplikasinya. PT Rajagrafindo Persada
- Soekartawi. 2016. Analisis Usaha Tani. UI Press, Jakarta. 110 hal.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta, Bandung. 334 hal.
- Sujarweni, V. W. 2017. Analisis Laporan Keuangan : Teori, Aplikasi dan Hasil Penelitian. Pustaka Baru Press, Yogyakarta. 216 hal.
- Suratiyah, K. 2015. Ilmu Usaha tani (edisi revisi). Penebar Swadaya Grup, Jakarta. 162 hal.
- Susilo, H. 2007. Analisis Ekonomi Usaha Budidaya Tambak Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produksi. Jurnal Epp. Vol. 4. 19–23.
- Syafrill, M., Purnamasari, E., dan Dayang, D. 2022. Analisis kelayakan finansial usaha perikanan tangkap di Kampung Gurimbang Kecamatan Sambaliung Kabupaten Berau. Agromix. Vol. 13 (1). 55–66.
- Syamsuddim, L. (2011). Manajemen Keuangan Perusahaan. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta. 546 hal.
- Tajerin., Manadiyanto., dan Pranowo, S. A. 2003. Analisis profitabilitas dan distribusi pendapatan usaha penangkapan ikan menggunakan pukat cincin mini di Kabupaten Tuban, Jawa Timur. Jurnal Penelitian Perikanan Indonesia. Vol. 9 (6). 23-34.
- Zulkifli., Erwiantono., dan Darmansyah, O. 2024. Model bisnis pada usaha UMKM Aqueena sambal ikan gabus Kota Samarinda dengan pendekatan Business Model Canvas. Jurnal Sosial Ekonomi Perikanan. Vol 9 (1). 63–70.