

4. ANALISA DAN PEMBAHASAN

4.1 Sejarah Singkat Rumah Makan Apung Emas Biru



Gambar 4. 1 Logo Rumah Makan Apung Emas Biru

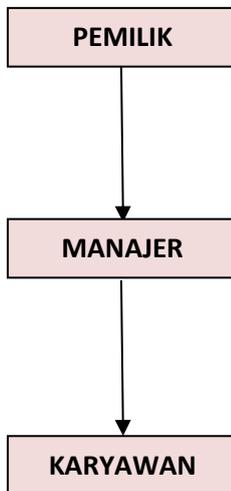
Rumah Makan Apung Emas Biru adalah usaha rumah makan yang menyajikan sajian seafood dan ikan bakar menjadi sajian utama pada rumah makan ini, Rumah Makan Apung Emas Biru berposisi di Atas laut depan Pantai Wainitu Ambon. Usaha ini dimulai pada April 2020, awalnya rumah makan ini adalah keramba yang berfokus untuk budidaya ikan. Kemudian pemilik dari usaha ini menerima masukan dari kolega - kolega nya untuk membuka usaha rumah makan di keramba miliknya, karena menurut mereka membuka rumah makan di keramba ini merupakan suatu hal yang unik dan berbeda dengan rumah makan lain di Ambon. Sensasi menikmati sajian ikan bakan yang ditangkap langsung dari keramba dan aneka seafood di Rumah Makan Terapung memberikan pengalaman baru dan mengenyangkan bagi para pelanggan. Sehingga Rumah Makan Apung Emas Biru terus berkembang dan selalu ramai hingga sekarang.



Gambar 4.2 Makanan Rumah Makan Apung Emas Biru

4.2 Struktur Organisasi Rumah Makan Apung Emas Biru

Rumah Makan Apung Emas Biru tidak memiliki struktur organisasi yang tertata dan terstruktur. Posisi tertinggi pada Rumah Makan Apung Emas Biru yaitu pemilik yang juga berperan ganda menjadi pengawas, pemasaran, serta *quality control* pada ikan dan seafood yang ada. Ada juga manajer yang merupakan istri dari pemilik yang juga merangkap sebagai pengatur keuangan, koki dan mengontrol aktivitas kerja yang dilakukan oleh karyawan.



Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Rumah Makan Apung Emas Biru

Job Description:

a. Pemilik

Pemilik adalah pendiri dari Rumah Makan Apung Emas Biru serta sebagai pengawas, merancang menu dan harga, dan *quality control* pada ikan dan seafood dari rumah makan ini. Pemilik mempunyai kewenangan untuk mengambil keputusan, memberikan inovasi, dan juga pemberi modal untuk usahanya.

b. Manajer

Manajer memiliki peran untuk mengontrol aktivitas kerja karyawan, menangani transaksi pelanggan dan memberikan tugas dan pelatihan kepada para karyawan. Kemudian manajer di Rumah Makan Apung Emas Biru juga merangkap sebagai koki pada rumah makan ini.

c. Karyawan

Karyawan disini mempunyai tanggung jawab untuk menjalankan sistem operasional di Rumah Makan Apung Emas Biru. Karyawan di Rumah Makan Apung Emas Biru mempunyai tugas seperti melayani tamu, mengurus penjemputan

pelanggan, merawat keramba, pengolahan ikan dan seafood, serta menerima complain dari pelanggan.

4.3 Identifikasi Sembilan Elemen *Business Model Canvas*

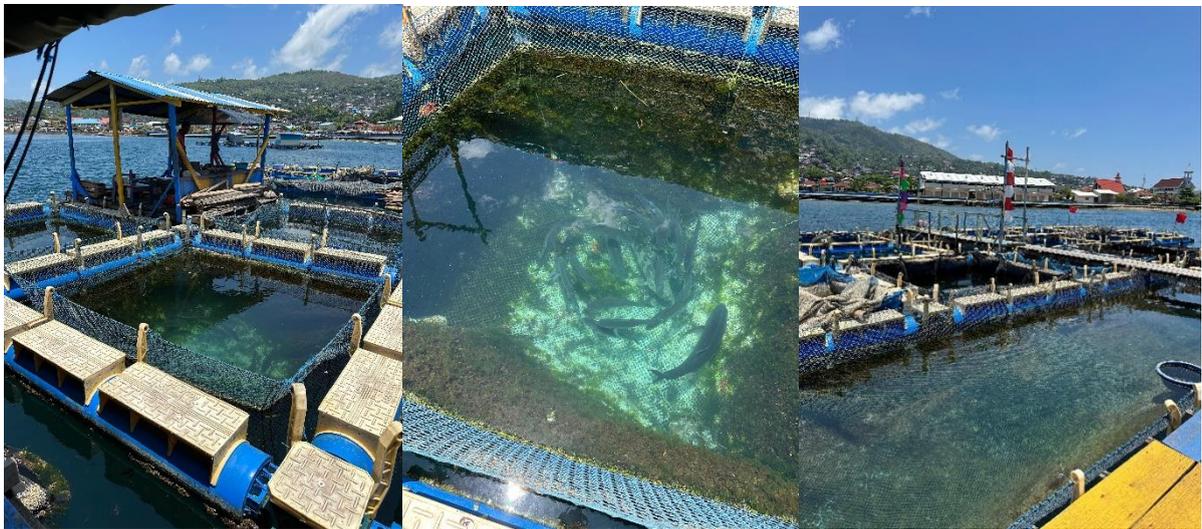
4.3.1 Customer Segment

Rumah Makan Apung Emas Biru memiliki pelanggan yang umum dan pemilik tidak punya target pelanggan tertentu untuk rumah makannya jadi semua orang bisa menikmati hidangan dan pengalaman yang disajikan di Rumah Makan Apung Emas Biru. Menurut narasumber 1, hal yang bisa dilakukan untuk menambah pelanggan baru melalui sosial media seperti Instagram dan Youtube. Kemudian hal lain juga menurut narasumber 1 adalah peningkatan kapasitas tempat yang masih menjadi kendala di Rumah Makan Apung Emas Biru, karena keterbatasan tempat yang hanya bisa menampung sekitar 50 orang. Hal ini sudah terjadi peningkatan dari yang awal buka Rumah Makan Apung Emas Biru hanya bisa menampung sekitar 20 orang, tetapi karena demand yang tinggi dari para pelanggan terkadang ada pelanggan baru yang tidak ingin menunggu sehingga tidak jadi datang ke Rumah Makan Apung Emas Biru. Narasumber 1 dan narasumber 2 mengatakan pelanggan biasanya datang ke Rumah Makan mereka secara rombongan dari instansi, kantor, juga komunitas-komunitas. Jarang ada pelanggan yang datang sendirian mungkin karena akses ke Rumah Makan Apung Emas Biru menggunakan speed boat sehingga lebih menyenangkan jika datang ke Rumah Makan ini dengan teman maupun sekelompok orang, kata narasumber 2. Menurut narasumber 1 dan narasumber 2 menu yang paling banyak dipesan adalah ikan bakar yang merupakan hidangan primadona di Rumah Makan Apung Emas Biru karena langsung ditangkap dari keramba secara hidup dan langsung diolah dalam keadaan fresh menjadi sajian ikan bakar. Dari segi pesaing Rumah Makan Apung Emas Biru tidak memiliki pesaing yang serupa, karena konsep Rumah Makan ikan bakar terapung hanya ada 1 di Kota Ambon.

4.3.2 Value Proposition

Rumah Makan Apung Emas Biru selalu berusaha memenuhi kebutuhan para pelanggannya dengan memberikan nilai yang berbeda dari rumah makan lain. Dari segi rasa, ikan bakar yang disajikan menggunakan bumbu racikan sendiri serta pemberian bumbu juga tidak tanggung-tanggung agar rasa yang dapat dinikmati sangat lezat di lidah pelanggan. Hal utama juga yang menjadi pembeda dari Rumah Makan Apung Emas Biru adalah pelanggan dapat memilih langsung ikan yang akan dimakan dari keramba, ikan yang masih hidup dan dibudidaya

sendiri oleh pemilik menjadi nilai tambahan yang sangat menarik bagi para pelanggan.



Gambar 4.4 Keramba Rumah Makan Apung Emas Biru

Narasumber 2 menjelaskan juga konsep dari Rumah Makan Apung Emas Biru adalah Open Kitchen jadi para pelanggan juga dapat menyaksikan proses pengolahan ikan dari mulai ditangkap, diolah atau dibelah, proses pemberian bumbu, serta proses pembakaran ikan. Hal ini menjadi suatu pengalaman tersendiri bagi para pelanggan karena pelanggan juga mendapatkan trust bahwa memang ikan diolah dengan baik serta juga mendapatkan pengetahuan bagaimana cara mengelola ikan dengan baik, kata narasumber 3. Menurut narasumber 4 konsep open kitchen ini juga sangat menarik tetapi bagi narasumber 4 sendiri dia lebih suka menyaksikan hal itu dari kejauhan karena untuk menjangkau tempat pembakaran ikan tersebut harus berjalan di samping keramba yang jalannya agak kecil dan goyang jadi bagi narasumber 4 pribadi tidak ingin menyaksikan hal tersebut dari dekat

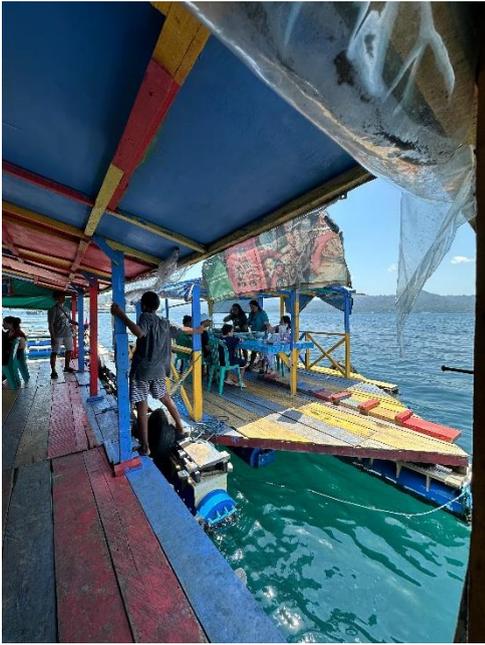


Gambar 4.5 Proses Penangkapan dan Pengolahan Ikan Rumah Makan Apung Emas Biru



Gambar 4.6 Proses Pembumbuan dan Pembakaran Ikan Rumah Makan Apung Emas Biru

Dari segi tempat merupakan nilai jual utama kata narasumber 1 dan narasumber 2, tempat dari Rumah Makan Apung Emas Biru yang berada di atas laut dan merupakan satu-satunya Rumah Makan Ikan Bakar terapung di Kota Ambon. Menurut narasumber 3 dan narasumber 4 itu merupakan faktor utama bagi mereka untuk mengunjungi Rumah Makan Apung Emas Biru karena pengalaman menyantap ikan bakar di atas laut adalah sesuatu hal yang sangat unik dan menyenangkan karena bisa menyantap ikan bakar yang lezat sambil melihat pemandangan yang memanjakan mata. Narasumber 1 juga berkata hal yang terkendala dari Rumah Makan Apung Emas Biru adalah kapasitas tempat yang hanya dapat menampung 50 orang, karena demand yang tinggi tetapi tidak dapat menampung seluruh pelanggan saat jam ramai. Tetapi narasumber 1 juga sudah melakukan inovasi dengan membuat rakit kusus yang dapat menampung sekitar 12 pelanggan dalam 1 rakit. Inovasi ini sangat menarik karena pelanggan akan menyantap makanan di atas rakit yang akan berlayar mengelilingi Teluk Ambon. Waktu durasi dari makan di atas rakit ini adalah 90 menit, tetapi karena ada keterbatasan baru tersedia hanya 1 rakit jadi masih dirasa kurang maksimal dalam operasional dengan demand yang cukup tinggi.



Gambar 4.7 Rakit Rumah Makan Apung Emas Biru

Pelayanan juga merupakan salah faktor untuk meningkatkan nilai pada Rumah Makan Apung Emas Biru. Pelanggan sebelum datang ke Rumah Makan Apung Emas Biru harus membuat janji terlebih dahulu dengan pemilik 3 jam sebelum datang ke Rumah Makan, hal ini dilakukan agar tidak terjadi tabrakan ataupun menunggu terlalu lama dengan pelanggan lain. Janji atau booking bisa dilakukan via Whatsapp dengan pemilik, Narasumber 1 juga menambahkan bahwa ia selalu berusaha merespon dengan cepat pesan untuk datang ke Rumah Makan Apung Emas Biru dari para pelanggan, agar para pelanggan merasa nyaman dan tidak terjadi miss komunikasi antara pelanggan dengan pemilik, pemilik juga selalu memberikan opsi jam lain kepada para pelanggan jika jam yang ingin didatangi sudah penuh. Ini juga merupakan kepedulian dari pemilik kepada para pelanggan agar mereka dapat datang ke Rumah Makan Apung Emas Biru dihari yang sama. Setelah melakukan janji para pelanggan akan datang ke meeting point untuk dijemput menggunakan speed boat. Saat pertama kali buka Rumah Makan Apung Emas Biru hanya memiliki 1 speed boat, yang dibawa langsung oleh pemilik untuk melakukan penjemputan dan pengantaran balik ke meeting point. Tapi dengan permintaan yang cukup tinggi 1 speed boat sangat tidak efektif untuk operasional tersebut, pelanggan jadinya menunggu agak lama sehingga menimbulkan kesan yang kurang baik. Akhirnya pemilik menambah lagi 2 unit speed boat untuk operasional penjemputan dan pengantaran, hal ini langsung meningkatkan efektifitas operasional tersebut dan membuat pelanggan tidak perlu menunggu terlalu lama serta para karyawan yang ditugaskan untuk membawa speed boat tersebut diajarkan untuk

selalu ramah dan selalu bertanya tentang kebutuhan lain yang diinginkan para pelanggan. Narasumber 2 juga menjelaskan Sistem Operasional Prosedur (SOP) saat para pelanggan sudah sampai di Rumah Makan Apung Emas Biru, akan ada karyawan yang langsung melayani para pelanggan. Pelanggan akan diajak oleh pelayan untuk langsung memilih ikan di keramaba, selain ikan juga ada lobster dan udang yang bisa dipilih langsung oleh pelanggan. Setelah itu pelayan akan diantarkan ke meja yang sudah disiapkan, pelayan juga diajarkan untuk selalu *standby* diposisi tertentu untuk selalu siap jika ada panggilan dari para pelanggan. Narasumber 2 mengatakan kecepatan pelayanan adalah salah satu nilai tambahan agar para pelanggan puas karena kebutuhan mereka dapat langsung dipenuhi.

Narasumber 3 dan narasumber 4 mengatakan bahwa Rumah Makan Apung Emas Biru perlu meningkatkan sistem pembayaran mereka, Rumah Makan Apung Emas Biru menerima pembayaran Tunai dan Transfer. Tetapi terakhir kali mengunjungi Rumah Makan Apung Emas Biru, saat ingin membayar lewat transfer sedang terjadi permasalahan sistem pembayaran tersebut. Sehingga saat pelanggan tidak membawa uang tunai ini menjadi kendala tersendiri bagi Rumah Makan Apung Emas Biru. Narasumber 4 menambahkan juga bahwa Rumah Makan Apung Emas Biru harus menyediakan sistem pembayaran debit maupun qris karena di era saat ini sudah menerapkan sistem cashless jadi pembayarannya bisa lebih mudah.

4.3.3 Channels

Dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat sosial media merupakan salah satu hal yang krusial dari pemasaran suatu usaha Rumah Makan. Seperti yang sudah dijelaskan juga pemilik Rumah Makan Apung Emas Biru memanfaatkan sosial media sebagai media promosi melalui Whatsapp, Instagram, serta Youtube. Terbukti Rumah Makan Apung Emas Biru pernah dikunjungi oleh *Food Vlogger* Nex Carlos, dengan keunikan tempat juga rasa ikan bakar yang lezat. Tak tanggung-tanggung video Nex Carlos saat mengunjungi Rumah Makan Apung Emas Biru mencapai 2.4 juta penonton di Youtube, hal ini berdampak langsung kepada Rumah Makan Apung Emas Biru dengan peningkatan pelanggan yang datang ke Rumah Makan ini. Disisi lain narasumber 1 dan narasumber 2 mengatakan bahwa penggunaan sosial media mereka agak terbengkalai karena pemilik juga merangkap dengan tugas-tugas lain yang ada. Narasumber 4 juga menambahkan juga bahwa dia agak ragu apakah Rumah Makan Apung Emas Biru masih beroperasi atau tidak, karena postingan terakhir di Instagram pada agustus 2022. Untungnya dia mencoba menghubungi lewat *Whatsapp* dan mengetahui Rumah Makan Apung Emas Biru masih beroperasi.



Gambar 4.8 Video Nex Carlos di Youtube Kunjungi Rumah Makan Apung Emas Biru

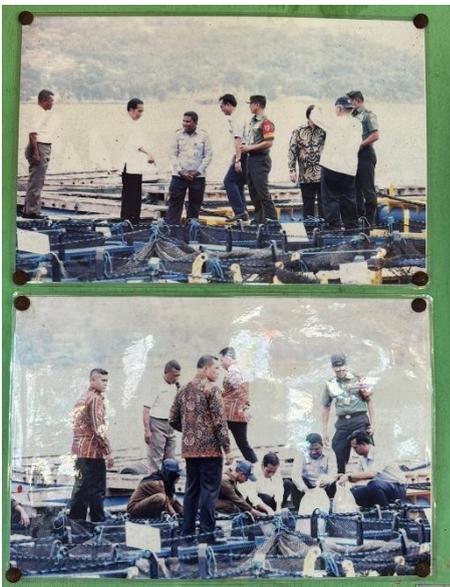
Selain hal tersebut narasumber 1 juga berkata bahwa Rumah Makan Apung Emas belum masuk ke platform seperti gofood dan grab food, hal ini dikarenakan posisi mereka di Tengah Laut sehingga sulit dijangkau. Narasumber 3 mengatakan dia sangat menyukai ikan bakar Rumah Makan Apung Emas Biru terkadang jika malas keluar narasumber 3 ingin memesan hanya melalui gofood, tetapi karena belum tersedia pada platform tersebut akhirnya dia mengalihkan pilihannya kepada rumah makan lain yang tersedia pada gofood.

Kemudian narasumber 1 menjelaskan bahwa setelah pelanggan selesai menyantap hidangan para karyawan akan meminta kritik dan saran mengenai Rumah Makan Apung Emas Biru, mulai dari makanan maupun pelayanan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas dari Rumah Makan Apung Emas Biru dan membuat pelanggan juga merasa kepuasan mereka diperhatikan. Narasumber 4 menambahkan bahwa mungkin Rumah Makan Apung Emas Biru bisa membuat kotak kritik dan saran agar hal tersebut bisa lebih efektif dilakukan.

4.3.4 Customer Relationships

Hubungan antar pelanggan dan karyawan merupakan kunci penting untuk suatu usaha. Hal ini juga dibenarkan oleh narasumber 1 dan narasumber 2. Oleh karena itu para karyawan Rumah Makan Apung Emas Biru diajarkan untuk selalu siap dan sigap melayani pelanggan dengan cepat. Para karyawan juga diajarkan untuk selalu ramah dan murah senyum kepada pelanggan agar pelanggan merasa nyaman saat berada di Rumah Makan Apung Emas Biru. Terbukti selain dari segi makanan dan tempat, narasumber 3 mengatakan iya kembali mengunjungi Rumah Makan Apung Emas Biru karena pelayanan dari karyawan di Rumah Makan Apung Emas Biru sangat cepat dan ramah. Kemudian narasumber 1 juga melakukan hubungan lewat whatsapp dengan para pelanggan untuk menyampaikan ada menu baru dan ketersediaan ikan juga seafood lain di Rumah Makan Apung Emas Biru, agar para dapat menarik perhatian pelanggan untuk datang kembali dan mencicipi hidangan baru yang disediakan Rumah Makan Apung Emas Biru.

Untuk mendatangkan pelanggan baru Rumah Makan Apung Emas Biru hanya mengoptimalkan dari sisi pelayanan, tempat, dan rasa makanan. Tidak ada hal khusus yang dilakukan, mereka hanya mengharapkan dengan pengoptimalan hal tersebut para pelanggan dapat menyarakan Rumah Makan Apung Emas Biru kepada orang-orang baru. Narasumber 3 juga mengatakan dia mengetahui Rumah Makan Apung Emas Biru lewat temannya. Selain itu Rumah Makan Apung Emas Biru sudah pernah dikunjungi Presiden Jokowi Widodo, hal itu bisa terjadi karena saran dari pelanggan yang berprofesi sebagai tentara menyarakan Presiden Jokowi Widodo untuk mengunjungi Rumah Makan Apung Emas Biru saat Presiden sedang bertugas di Kota Ambon.



Gambar 4.9 Foto Presiden Joko Widodo Kunjungi Rumah Makan Apung Emas Biru

4.3.5 Revenue Streams

Aliran Pendapatan Rumah Makan Emas Biru dihasilkan dari transaksi sekali bayar (*Transaction Revenue*). Strategi lain yang dilakukan Rumah Makan Emas Biru untuk meningkatkan pendapatan adalah pemberian 1 porsi tahu, tempe dan lalapan secara gratis pada setiap pesanan pelanggan. Narasumber 1 juga sedang merencanakan strategi lain dengan cara memberikan promo kepada pelanggan dengan minimal pembelian yang belum ditentukan, hal ini belum dieksekusi oleh Rumah Makan Apung Emas Biru karena masih memikirkan sistem yang tepat untuk hal ini. Narasumber 2 menambahkan bahwa mereka ingin membuat sistem member pada Rumah Makan Apung Emas Biru, karena ketersediaan tempat yang terbatas membuat hal ini menjadi peluang baik jika pelanggan memiliki member maka bisa mendapatkan prioritas tempat pada Rumah Makan Apung Emas Biru. "Untuk sistemnya mungkin akan diberikan poin

sesuai total transaksi yang dilakukan serta seringnya pelanggan datang di Rumah Makan Apung Emas Biru. Tetapi kami masih mempelajari hal tersebut agar bisa dieksekusi dengan baik” tambah narasumber 2. Penetapan harga pada Rumah Makan Apung Emas Biru adalah tetap.

4.3.6 Key Resource

Sumber daya fisik yang dimiliki oleh Rumah Makan Apung Emas Biru adalah kerambanya yang juga difungsikan sebagai Rumah Makan untuk melayani para pelanggan. Selain keramba terdapat juga alat-alat masak, mesin genset, serta speed boat untuk mendukung operasional di Rumah Makan Apung Emas Biru.

Untuk sumber daya manusia di Rumah Makan Apung Emas Biru ada 10 orang karyawan, 10 orang karyawan tersebut juga merupakan keluarga dari pemilik Rumah Makan Apung Emas Biru. Narasumber 1 merekrut keluarganya untuk bekerja karena menurut dia kepercayaan kepada keluarga lebih mudah diberikan sehingga rasa kecemasan akan kesalahan dari karyawan lebih rendah dibandingkan dengan orang lain. Untuk setiap karyawan juga sudah memiliki tugasnya masing-masing, seperti pelayan, kasir, koki, orang yang menangkap ikan, orang yang mengelola ikan, dan pembawa *speed boat*. Tidak butuh keahlian khusus untuk bekerja di Rumah Makan Apung Emas Biru hal yang terpenting adalah ketekunan dan kejujuran yang utama ungkap narasumber 2. Tetapi untuk posisi koki narasumber 2 harus mengajarkan kepada karyawan agar dapat menyesuaikan komposisi bahan dan rasa agar sesuai dengan standar dari Rumah Makan Apung Emas Biru. Kemudian karyawan juga diajarkan oleh narasumber 1 untuk merawat ikan yang ada di keramba agar kualitas ikan tetap terjaga dengan kualitas terbaik, karena ini merupakan faktor yang krusial bagi Rumah Makan Apung Emas Biru. Rumah Makan Apung Emas Biru tidak mengambil ikan dari luar keramba mereka, mereka hanya menggunakan ikan di keramba karena mereka benar-benar ingin mempertahankan kualitas ikan yang dibudidaya oleh mereka sendiri. Selain itu perawatan *speed boat* juga sering dilakukan karena hal ini merupakan jantung operasional dari Rumah Makan Apung Emas Biru untuk menjemput pelanggan, pemilik melakukan perawatan rutin 1 bulan 2 kali agar mesin *speed boat* awet dan bisa beroperasi dengan maksimal. Karyawan yang diposisikan dibagian kasir adalah orang kepercayaan dari pemilik dan mempunyai juga skill untuk melakukan pembukuan sederhana sehingga untuk keuangan dari Rumah Makan Apung Emas Biru terstruktur dengan baik. Untuk kesalahan yang dilakukan karyawan di Rumah Makan Apung Emas Biru akan dilakukan pemotongan gaji sesuai dengan kerugian yang diakibatkan oleh karyawan, penerapan sistem seperti ini dilakukan agar karyawan juga merasa punya tanggung jawab atas kesalahan yang

dilakukan.

4.3.7 Key Activities

Aktivitas utama Rumah Makan Apung Emas Biru dijelaskan oleh narasumber 1 adalah pemeliharaan ikan, proses produksi ikan bakar, ketersediaan bahan baku, pelayanan, serta tempat yang nyaman karena dari hal-hal tersebut dapat menghadirkan suatu pengalaman yang berbeda bagi para pelanggan sehingga pelanggan akan tertarik untuk datang kembali ke Rumah Makan Apung Emas Biru. Narasumber 1 menambahkan juga bahwa pengaturan pendapatan pada Rumah Makan Apung Emas Biru harus dikelola dengan baik agar usaha ini bisa terus berjalan dan berkembang, jika tidak dikelola dengan baik maka tidak bisa menjalankan inovasi-inovasi baru yang sudah direncanakan. Untuk sistem operasional di Rumah Makan Apung Emas Biru belum didukung dengan teknologi yang canggih seperti penggunaan mesin kasir dan masih dengan sistem manual. Hal ini disebabkan karena keterbatasan informasi pemilik untuk bisa menggunakan mesin kasir. Kemudian untuk sistem pembayaran hanya tunai dan transfer, tidak ada scan barcode QRIS dan mesin EDC (*Electronic Data Capture*). Disisi lain penggunaan sosial media Rumah Makan Apung Emas Biru juga belum maksimal karena tidak ada karyawan yang mengelola sosial media, padahal menurut narasumber 2 ini merupakan aktivitas yang penting untuk media promosi.

4.3.8 Key Partnership

Rumah Makan Apung Emas Biru menjalin kerjasama dengan beberapa Perusahaan seperti Bank Mandiri dan Cocacola. Rumah Makan Apung Emas Biru menjadi mitra usaha dari Bank Mandiri untuk memudahkan kebutuhan transaksi perbankan dengan biaya yang terjangkau. Kemudian kerjasama yang dilakukan dengan Cocacola membuat Rumah Makan Apung Emas Biru bisa mendapatkan harga yang lebih terjangkau dari produk Cocacola, selain itu Rumah Makan Apung Emas Biru difasilitasi *Showcase* Minuman dari Cocacola sehingga membantu Rumah Makan Apung Emas Biru untuk ketersediaan minuman dingin. Narasumber 1 berkata bahwa kerjasama dengan partner bisnis sangat penting untuk menunjang suatu usaha, karena dari kerjasama tersebut dapat memberikan profit untuk kelancaran usaha Rumah Makan Apung Emas Biru.

4.3.9 Cost Structures

Rumah Makan Apung Emas Biru memiliki struktur biaya, biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap dari Rumah Makan Apung Emas Biru, yaitu gaji karyawan, LPG, arang, serta pakan

ikan. Biaya variabel yang dikeluarkan Rumah Makan Apung Emas Biru seperti perawatan keramba, bahan bakar solar dan perbaikan *speed boat*. Rumah Makan Apung Emas Biru selalu mendapatkan keuntungan setiap tahunnya walaupun tidak stabil. Keuntungan tersebut juga digunakan oleh pemilik untuk melakukan inovasi seperti membuat meja rakit untuk pelanggan bisa merasakan pengalaman makan sambal berlayar mengelilingi Kota Ambon juga untuk perluasan area keramba untuk peningkatan produksi ikan serta peningkatan kapasitas tempat di Rumah Makan Apung Emas Biru.

Tabel 4. 1

Business Model Canvas Rumah Makan Apung Emas Biru

Key Partnerships	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
Menjalin kerjasama dengan mitra seperti bank mandiri dan cocacola.	Hal utama adalah pemeliharaan ikan, proses produksi ikan bakar, ketersediaan bahan baku, pelayanan, serta tempat yang nyaman.	Posisi tempat diatas laut dengan pemandangan yang indah. Ikan segar dengan kualitas yang baik dan dikelola sendiri.	Karyawan diajarkan untuk selalu siap dan sigap melayani pelanggan. Menjaga hubungan dengan menawarkan menu baru pada <i>Whatsapp</i> .	Tidak memiliki target atau golongan tertentu jadi rumah makan ini terbuka untuk semua kalangan.
	Key Resources SDM: Memiliki 11 orang karyawan dengan jobdesk seperti koki, pelayan, pengelola keramba. Sumber Daya Fisik: Keramba, alat masak, mesin genset, <i>speed boat</i> .	Bumbu racikan ikan bakar diracik dengan resep sendiri. Konsep open kitchen yang menarik perhatian pelanggan. Membuat inovasi rakit apung untuk makan sambil mengelilingi Teluk Ambon. Pelayanan yang cepat dan baik.	Channels Memanfaatkan sosial media sebagai media promosi.	

<p>Cost Structures Biaya Tetap: Gaji karyawan, LPG, arang, serta pakan ikan. Biaya Variabel: perawatan keramba, bahan bakar solar dan perbaikan <i>speed boat</i>.</p>	<p>Revenue Streams Pendapatan dari penjualan makanan dan minuman. Tipe aliran pendapatan: Transaksi satu kali Mekanisme penetapan harga: Tetap</p>
---	--

4.4 Analisa SWOT

Analisa SWOT akan membahas tentang kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dari Business Model Canvas Rumah Makan Apung Emas Biru, sebagai berikut:

4.4.1 Customer Segments

Kekuatan:

- Internal: Rumah Makan Apung Emas Biru memiliki hidangan sajian yang bisa dinikmati semua kalangan mulai dari anak-anak hingga orang dewasa.
- External: Rumah Makan Apung Emas Biru memiliki pelanggan dari semua kalangan dari anak-anak hingga orang dewasa. Serta dari instansi, kantor, maupun komunitas yang memilih datang ke Rumah Makan Apung Emas Biru secara rombongan.

Kelemahan:

- Internal: Keterbatasan tempat duduk menjadi kendala bagi Rumah Makan Apung Emas Biru untuk menampung banyak pelanggan saat waktu ramai.

Peluang:

- Internal: Rumah Makan Apung Emas Biru bisa membuat menu lain selain ikan bakar dan ragam *seafood*, agar dapat menarik segmen pelanggan lain yang tidak menyukai hidangan makanan ikan bakar dan *seafood*.
- Eksternal: Dengan pertumbuhan perkembangan sektor pariwisata di Ambon, Maluku. Membuat Rumah Makan Apung Emas Biru mendapat manfaat yang positif dari para wisatawan yang datang ke Ambon untuk mengunjungi dan mencoba hidangan ikan bakar di Rumah Makan Apung Emas Biru, karena ikan bakar merupakan hidangan yang wajib dicoba saat berkunjung ke kota Ambon, dikenal dengan ciri khas ikan yang fresh serta bumbu yang khas berbeda dengan ikan di kota-kota lain di Indonesia.

Ancaman:

- Internal: Pelanggan yang tidak mau menunggu karena keterbatasan tempat di Rumah Makan Apung Emas Biru, sehingga mengurungkan niat mereka untuk

mengunjungi Rumah Makan Apung Emas Biru.

- Eksternal: Pebisnis Rumah Makan Ikan Bakar lain membuka bisnis dengan konsep yang sama dengan Rumah Makan Apung Emas Biru, jika hal ini terjadi maka pelanggan memiliki opsi lain selain Rumah Makan Apung Emas biru.

4.4.2 Value Proposition

Kekuatan:

- Internal: Bumbu ikan bakar diracik dengan resep sendiri oleh Rumah Makan Apung Emas Biru sehingga memiliki cita rasa yang khas dan berbeda dengan rumah makan ikan bakar lain.
- Internal: Pelanggan dapat memilih langsung ikan hidup dan *fresh* dari keramba di Rumah Makan Apung Emas Biru.
- Internal: Konsep Rumah Makan Apung hanya 1 di kota Ambon yang dimiliki oleh Rumah Makan Apung Emas Biru.
- Internal: Pelayanan yang baik dari para karyawan Rumah Makan Apung Emas Biru.
- Internal: Rumah Makan Apung Emas Biru memiliki pelayanan unik yang dapat memberikan sensasi dan pengalaman baru seperti makan sambal mengelilingi Teluk Ambon, penjelasan mengenai perawatan ikan yang benar, serta konsep *open kitchen* yang dapat disaksikan langsung oleh pelanggan.

Kelemahan:

- Internal: Akses jalan yang kecil dan bergoyang di keramba pada Rumah Makan Apung Emas Biru. Sehingga membuat pelanggan agak merasa takut dan merasa tak aman.
- Internal: Tidak memiliki sistem pembayaran QRIS, dan pembayaran menggunakan EDC sering tidak bisa digunakan.

Peluang:

- Internal: Rumah Makan Apung Emas Biru yang memiliki keramba bisa menjual juga bibit ikan agar dapat meningkatkan pendapatan.

Ancaman:

- Eksternal: Cuaca yang buruk dapat membuat Rumah Makan Apung Emas Biru tidak dapat beroperasi karena posisi yang berada di atas laut.

4.4.3 *Channels*

Kekuatan:

- Eksternal: Video Rumah Makan Apung Emas Biru di Youtube Nex Carlos memiliki review yang baik dan mendapatkan banyak penonton.

Kelemahan:

- Internal: Sosial Media Rumah Makan Apung Emas Biru tidak *update*.
- Internal: Tidak tersedia di platform gofood dan *grab food*.

Peluang:

- Internal: Bergabung dengan platform gofood dan *grab food* untuk penjualan secara digital.
- Internal: Merekrut karyawan untuk mengelola sosial media seperti Instagram, youtube, dan tiktok.

Ancaman:

- External: Penjualan kalah dengan pesaing yang telah bergabung dengan platform gofood dan *grab food*.

4.4.4 *Customer Relationships*

Kekuatan:

- Internal: Karyawan Rumah Makan Apung Emas Biru memberikan pelayanan yang cepat dan ramah kepada para pelanggan.
- Internal: Pemberian informasi kepada para pelanggan Rumah Makan Apung Emas Biru tentang menu baru via *Whatsapp*.

Kelemahan:

- Internal: Rumah Makan Apung Emas Biru pasif dalam melakukan promosi.

Peluang:

- Internal: Memaksimalkan sosial media untuk melakukan promosi pada Rumah Makan Apung Emas Biru, agar para pelanggan tetap *update* tentang produk serta perkembangan Rumah Makan Apung Emas Biru.
- Internal: Pemberian poin kepada para pelanggan untuk menjaga loyalitas pelanggan agar tetap datang ke Rumah Makan Apung Emas Biru.

Ancaman:

- Internal: Kurangnya penggunaan sosial media membuat orang-orang tidak

mengetahui keberadaan Rumah Makan Apung Emas Biru, sehingga membuat potensi pelanggan baru berkurang.

4.4.5 *Revenue Streams*

Kekuatan:

- Internal: Rumah Makan Apung Emas Biru mendapat pendapatan yang besar dari menjual ikan bakar.
- Internal: Rumah Makan Apung Emas Biru memberikan menu gratis kepada para pelanggan yang membuat peningkatan terhadap pesanan para pelanggan.
- Internal: Harga makanan dan minuman di Rumah Makan Apung Emas Biru terjangkau dan sesuai dengan rasa, kualitas, serta pengalaman yang didapatkan oleh pelanggan.

Kelemahan:

- Internal: Keuntungan yang didapatkan oleh Rumah Makan Apung Emas Biru tidak terlalu besar.

Peluang:

- Internal: Rumah Makan Apung Emas Biru bisa membuat sistem pendapatan berulang dengan membuat program *member* ataupun *voucher* kepada para pelanggan.
- Internal: Rumah Makan Apung Emas Biru bisa membuka cabang agar dapat meningkatkan pendapatan.

Ancaman:

- Internal: Rumah Makan Apung Emas Biru hanya bergantung pada satu arus pendapatan yaitu penjualan makanan dan minuman.

4.4.6 *Key Resources*

Kekuatan:

- Internal: Karyawan di Rumah Makan Apung Emas Biru adalah keluarga sendiri sehingga kepercayaan kepada karyawan lebih tinggi.
- Internal: Lokasi Rumah Makan Apung Emas Biru di Atas Laut memiliki pemandangan yang bagus.
- Internal: Sumber daya ikan dan aneka *seafood* dikelola langsung oleh Rumah Makan Apung Emas Biru di keramba yang dimiliki.

Kelemahan:

- Internal: Posisi Rumah Makan Apung Emas Biru di Atas Laut membuat pelanggan agak susah untuk mengakses langsung.

Peluang:

- Internal: Menambah jenis ikan maupun *seafood* di keramba agar menu pada Rumah Makan Apung Emas Biru semakin beragam.
- Internal: Rumah Makan Apung Emas Biru bisa menjadi *supplier* ikan segar kepada rumah makan ikan bakar lain.

Ancaman:

- Internal: Ikan yang dibudidaya pada Rumah Makan Apung Emas Biru terkena penyakit, maka ikan tidak bisa dikonsumsi dan menyebabkan kerugian.

4.4.7 Key Activities

Kekuatan:

- Internal: Pelaksanaan Sistem Operasional pada Rumah Makan Apung Emas Biru sudah dijalankan dengan cukup baik.

Kelemahan:

- Internal: Sistem yang dijalankan di Rumah Makan Apung Emas Biru masih manual dan tidak mengaplikasikan sistem kasir.

Peluang:

- Internal: Menggunakan sistem kasir agar dapat memudahkan pembukuan pendapatan.

Ancaman:

- Eksternal: Perubahan minat pelanggan terhadap Rumah Makan Apung Emas Biru karena sudah pernah mencoba maupun kurang inovasi pada Rumah Makan Apung Emas Biru.

4.4.8 Key Partnerships

Kekuatan:

- Internal: Rumah Makan Apung Emas Biru menjalin kerjasama dan hubungan yang baik dengan mitra-mitra usaha.

Kelemahan:

- Internal: Rumah Makan Apung Emas Biru tidak memiliki tempat yang luas untuk mitra yang ingin bekerja sama yang membutuhkan tempat pada Rumah Makan Apung Emas Biru.

Peluang:

- Internal: Rumah Makan Apung Emas Biru bisa memperbanyak kerjasama dengan mitra-mitra baru agar mendapatkan keuntungan yang lebih dalam menjalankan usaha ini.

Ancaman:

- Eksternal: Ada mitra yang tidak ingin kerjasama karena Rumah Makan Apung Emas Biru sudah bekerjasama dengan mitra kompetitor.

4.4.9 Cost Structures

Kekuatan:

- Internal: Pengeluaran biaya pada Rumah Makan Apung Emas Biru sudah cukup baik sesuai dengan operasional yang ada.

Kelemahan:

- Internal: Rumah Makan Apung Emas Biru terkadang tidak dapat memprediksi biaya lain diluar biaya operasional.

Peluang:

- Internal: Rumah Makan Apung Emas Biru bisa meninjau kembali pengeluaran yang tidak perlu untuk meminimalisir pengeluaran.

Ancaman:

- Eksternal: Kenaikan harga BBM, serta kenaikan harga pakan ikan.

4.4.10 Strategi Matriks SWOT

Tabel 4. 2

Strategi Matriks SWOT

	Strengths	Weakness
	Konsep Rumah Makan Apung satu-satunya di Ambon. Lokasi di atas laut dengan pemandangan yang indah.	Keterbatasan meja untuk pelanggan. Sistem pembayaran masih manual. Tidak terlalu aktif pada sosial media.

	Harga makanan yang cukup terjangkau.	Tidak tersedia dalam platform gofood dan grab food.
Threats	Strategi ST	Strategi WT
<p>Pesaing membuka rumah makan dengan konsep yang sama.</p> <p>Cuaca buruk yang dapat mengganggu operasional rumah makan.</p> <p>Kenaikan harga pakan ikan dan BBM.</p>	<p>Mempertahankan kualitas rasa makanan dengan harga yang cukup terjangkau agar tetap menjadi unggulan. (S3, T1, T3)</p> <p>Membuat partisipasi pada rumah makan agar bisa tetap beroperasi saat hujan dan gelombang tinggi. (S1, S2, T2)</p>	<p>Memperluas area rumah makan agar dapat menambah kapasitas meja. (W1, T1)</p> <p>Menggunakan sistem kasir agar pembukuan dan transaksi keuangan lebih efisien. (W2, T1)</p> <p>Merekrut orang untuk khusus mengelola sosial media. (W3, T1)</p> <p>Bergabung dengan gofood dan grab food. (W4, T1)</p>
Opportunities	Strategi SO	Strategi WO
<p>Menjadi supplier ikan segar.</p> <p>Menarik minat wisatawan</p>	<p>Menjadi supplier ikan segar sehingga dapat meningkatkan pendapatan. (S1, O1)</p>	<p>Memanfaatkan sosial media dengan baik sehingga bisa menarik minat wisatawan untuk datang (W3, O2)</p>

- *Strength-Opportunity*, Rumah Makan Apung Emas Biru dengan konsep yang unik dan keramba juga membudidayakan ikan sendiri, sehingga Rumah Makan Apung Emas Biru bisa menjadi supplier ikan segar untuk meningkatkan pendapatan.
- *Weakness-Opportunity*, Rumah Makan Apung Emas Biru bisa memanfaatkan sosial media dengan baik sehingga para wisatawan juga bisa mengetahui keberadaan Rumah Makan Apung Emas Biru dan menarik minat wisatawan untuk datang atau berkunjung.
- *Strength-Threat*, Mempertahankan kualitas makanan dengan harga yang terjangkau

agar menjadi keunggulan dibandingkan dengan pesaing. Selain itu Rumah Makan Apung Emas Biru bisa membuat partisi-partis agar tetap bisa beroperasi saat cuaca buruk.

- *Weakness-Threat*, Rumah Makan Apung Emas Biru bisa memperluas area rumah makan agar dapat menambah kapasitas meja sehingga dapat menampung pelanggan lebih banyak. Kemudian dapat menggunakan sistem kasir agar dapat mempermudah transaksi pembayaran serta dapat mempermudah pembukuan keuangan. Selain itu dapat merekrut karyawan untuk khusus mengelola sosial media karena ini merupakan hal yang penting sebagai media promosi kepada pelanggan. Serta Rumah Makan Apung Emas Biru bisa bergabung dengan gofood dan grab food untuk memperluas penjualan sehingga bisa meningkatkan pendapatan pada Rumah Makan Apung Emas Biru.

4.5 Business Model Canvas Rumah Makan Apung Emas Biru

4.5.1 Customer Segments

Rumah Makan Apung Emas Biru terbuka untuk semua golongan mulai dari anak-anak sampai dengan orang dewasa. Business Model Canvas baru yang bisa diterapkan adalah dengan memaksimalkan penggunaan sosial media untuk melakukan promosi, agar bisa menjangkau pelanggan-pelanggan baru yang belum mengetahui Rumah Makan Apung Emas Biru. Dalam hal ini sosial media bisa membantu mendapatkan pelanggan baru bukan hanya di Kota Ambon saja, tapi juga bisa menjangkau wisatawan luar yang sedang berkunjung ke Kota Ambon. Selain itu Rumah Makan Apung Emas Biru harus segera menambah kapasitas kursi karena pelanggan sudah cukup banyak melebihi kapasitas Rumah Makan Apung Emas Biru.

4.5.2 Value Propositions

Rumah Makan Apung Emas Biru memiliki banyak nilai-nilai yang baik seperti tempat yang unik berposisi di atas laut, memiliki pemandangan yang indah, pelayanan yang cepat, serta konsep yang berbeda dari rumah makan ikan bakar lain. Tetapi masih ada kekurangan dibalik hal-hal tersebut seperti sosial media yang terbengkalai, sehingga promosi yang dilakukan belum maksimal. Maka Rumah Makan Apung Emas Biru perlu merekrut karyawan khusus untuk mengurus sosial media. Disisi lain juga perlu dilakukan renovasi untuk menambah partisi-partisi agar Rumah Makan Apung Emas Biru bisa tetap beroperasi saat cuaca buruk. Renovasi tempat juga bisa dilakukan dengan desain yang lebih kekinian agar dapat menarik perhatian dari anak-anak muda, hal ini bisa mendorong promosi secara tidak langsung, jika tempatnya sudah lebih kekinian maka momen pelanggan di Rumah Makan Apung Emas Biru akan diabadikan oleh

pelanggan disosial media. Kemudian dari segi menu Rumah Makan Apung Emas Biru juga bisa menambah jenis-jenis ikan baru dikeramba agar lebih variatif sehingga pelanggan memiliki banyak opsi dan dapat menyesuaikan dengan selera pelanggan. Hal lain juga yang bisa dilakukan karena Kota Ambon adalah kota musik, Rumah Makan Apung Emas Biru bisa membuat *live* musik dijam-jam ramai agar pelanggan bisa lebih terhibur dan senang saat makan. Sebenarnya hal ini bukan sesuatu yang baru karena di beberapa rumah makan ikan bakar di Ambon juga menyediakan *live* musik tetapi dengan adanya hal ini bisa memberikan warna baru untuk Rumah Makan Apung Emas Biru. Dengan peningkatan dari hal-hal tersebut bisa menjadi strategi yang tepat bagi Rumah Makan Apung Emas Biru untuk meningkatkan nilai bisnis Rumah Makan Apung Emas Biru yang sudah cukup baik.

4.5.3 Channels

Rumah Makan Apung Emas Biru perlu mendaftar pada *platform gofood* dan *grab food*, agar dapat memudahkan pelanggan untuk memesan makanan dan minuman saat tidak dapat berkunjung ke Rumah Makan Apung Emas Biru. Hal ini dapat meningkatkan penjualan karena selama ini penjualan hanya dilakukan *on-site* serta dapat bersaing dengan rumah makan ikan bakar lain yang sebelumnya sudah bergabung dengan *platform gofood* dan *grab food*. Selain itu penambahan karyawan untuk mengurus sosial media sangat penting karena di era digital seperti ini sosial media bisa menjadi penunjang yang kuat untuk promosi dan menambah pelanggan baru. Hal lain juga Rumah Makan Apung Emas Biru bisa melakukan *endorse* kepada *influencer-influencer* kota Ambon agar dapat menjangkau calon-calon pelanggan baru yang merupakan *followers* dari *influencer* tersebut. Hal-hal tersebut dapat diterapkan oleh Rumah Makan Apung Emas Biru agar Masyarakat bisa lebih mengetahui keberadaan dari Rumah Makan Apung Emas Biru.

4.5.4 Customer Relationships

Rumah Makan Apung Emas Biru sudah memiliki hubungan yang baik dengan para pelanggan, karena pelayanan yang dilakukan sudah cukup baik. Para karyawan diajarkan untuk selalu ramah, sigap, dan cepat dalam melayani kebutuhan pelanggan. Selain itu setelah para pelanggan sudah selesai menyantap makanan para karyawan juga menanyakan *feedback* dari pelanggan agar dapat meningkatkan pelayanan maupun kualitas makanan. Disisi lain juga para pelanggan bisa merasakan kepedulian dari pihak Rumah Makan Apung Emas Biru mengenai kepuasan mereka selama berkunjung ke Rumah Makan Apung Emas Biru. *Owner* dari Rumah

Makan Apung Emas Biru juga sering mengirimkan informasi mengenai Rumah Makan Apung Emas Biru kepada pelanggan melalui *whatsapp* untuk tetap menjaga hubungan dengan para pelanggan. Hal-hal tersebut bisa tetap dipertahankan oleh Rumah Makan Apung Emas Biru untuk tetap bisa menjalankan bisnis ini dengan baik.

4.5.5 Revenue Streams

Aliran Pendapatan Rumah Makan Emas Biru dihasilkan dari transaksi sekali bayar (*Transaction Revenue*). Untuk meningkatkan pendapatan Rumah Makan Apung Emas Biru bisa menerapkan sistem *voucher* maupun *member*, untuk *voucher* bisa berupa nominal uang atau menu gratis bagi para pelanggan untuk transaksi berikutnya. Sedangkan untuk *member* para pelanggan bisa diberikan poin setiap selesai melakukan transaksi, setelah itu membuat beberapa target yang bisa didapatkan oleh pelanggan saat poin sudah mencapai angka tertentu. Hal ini bisa menciptakan pendapatan berulang bagi Rumah Makan Apung Emas Biru. Rumah Makan Apung Emas Biru juga bisa membuka cabang di tempat lain dengan reputasi rumah makan yang cukup baik harusnya hal ini bisa dijalankan dan dapat meningkatkan pendapatan bagi Rumah Makan Apung Emas Biru.

4.5.6 Key Resources

Rumah Makan Apung Emas Biru perlu menambah beberapa karyawan juga karena *owner* dan manajer di Rumah Makan Apung Emas Biru mempunyai tugas ganda sehingga terkadang operasional kurang maksimal. Penambahan karyawan ini bisa dilakukan pada posisi-posisi yang masih kurang maksimal seperti koki dan marketing sosial media. Selain itu Rumah Makan Apung Emas Biru bisa menjadi supplier ikan segar, karena ikan yang dihasilkan oleh pada keramba Rumah Makan Apung Emas Biru memiliki kualitas yang sangat baik, hal ini bisa menambah pendapatan yang signifikan pada Rumah Makan Apung Emas Biru karena kebutuhan ikan di Ambon cukup tinggi.

4.5.7 Key Activities

Rumah Makan Apung Emas Biru sudah memiliki sistem operasional yang cukup baik, hanya saja Rumah Makan Apung Emas Biru bisa menggunakan sistem kasir untuk mempermudah transaksi dan pembukuan keuangan. Hal ini dapat membuat sistem yang lebih efisien dibandingkan sistem manual. Kemudian penanganan sosial media oleh karyawan khusus yang bertanggung jawab akan hal tersebut menjadi aktivitas yang harus ditambah, hal ini demi

peningkatan promosi agar Rumah Makan Apung Emas Biru bisa lebih dikenal kalangan lebih luas.

4.5.8 Key Partnership

Rumah Makan Apung Emas Biru bisa menambah mitra-mitra baru disektor lain hal ini bisa memperlancar dan memperluas jaringan bisnis Rumah Makan Apung Emas Biru. Karena Rumah Makan Apung Emas Biru membudidayakan ikannya sendiri, namum Rumah Makan Apung Emas Biru juga bisa bekerjasama dengan nelayan setempat untuk *supply* ikan. Hal ini untuk berjaga-jaga jika terjadi gagal panen pada Rumah Makan Apung Emas Biru.

4.5.9 Cost Structures

Rumah Makan Apung Emas Biru bisa meninjau biaya-biaya pengeluaran untuk melakukan penghematan, agar biaya yang dikeluarkan lebih efisien. Selain itu harus melakukan pembukuan secara berkala agar keuangan dari Rumah Makan Apung Emas Biru lebih terkontrol dan meminimalisir kecurangan atau kelalaian yang bisa dilakukan oleh karyawan Rumah Makan Apung Emas Biru

Tabel 4. 3

Business Model Canvas baru Rumah Makan Apung Emas Biru Baru.

Key Partnerships	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
Menjalin kerjasama dengan mitra seperti bank mandiridan cocacola. Menambah mitra bisnis baru.	Hal utama adalah pemeliharaan ikan, proses produksi ikan bakar, ketersediaan bahan baku, pelayanan, serta tempat yang nyaman. Menggunakan sistem kasir.	Posisi tempat diatas laut dengan pemandangan yang indah. Ikan segar dengan kualitas yang baik dan dikelola sendiri. Konsep open kitchen yang menarik perhatian pelanggan.	Karyawan diajarkan untuk selalu siap dan sigap melayani pelanggan. Menjaga hubungan dengan menawarkan menu baru pada <i>Whatsapp</i> . Menanyakan feedback dari pelanggan	Tidak memiliki target atau golongan tertentu. Menjangkau orang lokal dan wisatawan
	Key Resources		Channels	

	<p>SDM: Memiliki 11 orang karyawan dengan jobdesk seperti koki, pelayan, pengelola keramba.</p> <p>Sumber Daya Fisik: Keramba, alat masak, mesin genset, <i>speed boat</i>.</p> <p>Menambah karyawan diposisi yang kurang seperti koki.</p>	<p>Membuat inovasi rakit apung untuk makan sambil mengelilingi Teluk Ambon.</p> <p>Membuat <i>live music</i>.</p> <p>Renovasi membuat partisipansi.</p> <p>Menambah jenis – jenis ikan yang bervariasi di dalam keramba.</p>	<p>Memanfaatkan sosial media sebagai media promosi.</p> <p>Masuk platform <i>gofood</i> dan <i>grabfood</i>.</p> <p>Melakukan promosi/endorse influencer.</p>	
<p>Cost Structures</p> <p>Biaya Tetap: Gaji karyawan, LPG, arang, serta pakan ikan.</p> <p>Biaya Variabel: perawatan keramba, bahan bakar solar dan perbaikan <i>speed boat</i>.</p> <p>Melakukan penghematan dan pembukuan berkala.</p>		<p>Revenue Streams</p> <p>Pendapatan dari penjualan makanan dan minuman.</p> <p>Tipe aliran pendapatan: Transaksi satu kali.</p> <p>Mekanisme penetapan harga: Tetap.</p> <p>Menjadi supplier ikan segar.</p>		