



## **Analisis Pasar Perancangan *Website Geographical Information System* Potensi Bisnis Perikanan Tangkap Jatim**

**Anisyah Tri Milenia<sup>1)</sup>, Ristanti Akseptori<sup>2)</sup>, dan R.A. Norromadani Yuniati<sup>3)</sup>**

<sup>1, 2, 3</sup> Program Studi Manajemen Bisnis, Teknik Bangunan Kapal, Politeknik Perkapalan  
Negeri Surabaya.

E-mail: anisyahmilenia@gmail.com

### **Abstract**

*GIS Cluster of Fisheries Business Strategy for East Java is a visual map design based on the Geographical Information System (GIS) website that presents the potential and business strategies to capture fisheries in East Java Province. Market analysis is used to assess the feasibility of market aspects using the dimensions of market potential, competitors, segmentation targeting and positioning, interests for business actors, income and business model canvas. The research methodology was descriptive qualitative using primary and secondary data. The results obtained from the market aspect with an overall average score on 3 dimensions indicated that respondents tend to agree that GIS design will have a positive impact on business actors. The East Java Fisheries Business Strategy Cluster GIS had a positioning, which was a superior feature by grouping information and data to find out the capture fisheries business strategy. Based on the results of the market analysis on the GIS system, it was said to be feasible in terms of each dimension.*

Keywords: *Segmentation, Targeting and Positioning (STP), Business Model Canvas (BMC)*

### **PENDAHULUAN**

Hilirisasi dimulai dengan industri di sektor kelautan dan perikanan, dan melalui hilirisasi industri di sektor ini bersamaan dengan tumbuhnya tren yang berpedoman pada *blue economy*, yaitu ekonomi yang memanfaatkan potensi pada maritim berkelanjutan. Perancangan peta visual berbasis *website Geographical Information System (GIS)* bertujuan agar pelaku usaha dapat mengetahui seberapa besar potensi bisnis di setiap wilayah. Pengguna sistem GIS dapat melihat potensi bisnis di setiap wilayah Kota/ Kabupaten ditinjau berdasarkan data lingkungan internal dan eksternal yang disajikan pada *website*. Kepentingan bagi pelaku usaha dan pengaruh bagi pendapatan pelaku usaha juga dianalisa pada aspek pasar. *Segmenting, targeting* dan *positioning* disusun untuk melengkapi pengembangan sistem GIS sehingga pengembang mengetahui target pasar dapat tercapai berdasarkan *positioning* yang dibentuk. Sampai saat ini perancang sistem GIS pada tahap perancangan *mock up*. Berdasarkan data produksi perikanan di Jawa Timur, peneliti melihat kebutuhan akan inovasi terbarukan berbasis sistem guna menelisik potensi bisnis di masing-masing wilayah Kota/ Kabupaten di Jawa Timur.



Berdasarkan identifikasi masalah, penelitian ini bertujuan untuk menganalisa perbedaan sistem GIS dengan pesaing, pembentukan *segmenting, targeting, positioning* dan *marketing mix* sistem GIS, menganalisa sistem GIS dengan pendekatan *business model canvas* dan menganalisa sistem GIS berdasarkan aspek pasar yang merujuk pada Suliyanto (2010). Penelitian ini diharapkan mampu mengukur kelayakan aspek pasar dari sistem berbasis *website Geographical Information System GIS* sehingga dapat membangun bisnis yang berkelanjutan.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diambil secara langsung dari sumber data berupa data hasil observasi, kuisioner yang disebar, dan wawancara dengan tim GIS. Adapun data sekunder yang dibutuhkan yakni informasi dan data dari *website-website* yang berpotensi menjadi pesaing dari sistem GIS.

### **Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pelaku usaha industri perikanan yang akan melakukan pengembangan dalam bisnisnya pada Kota/ Kabupaten di Jawa Timur. Sedangkan objek dalam penelitian ini merupakan potensi perancangan peta visual berbasis sistem GIS.

### **Metode**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Sugiyono (2016) metode deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci teknik pengumpulan data dilakukan secara trigulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/ kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

### **Sampel Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan sampel pelaku usaha unit pengelolaan ikan Jawa Timur ini dengan jumlah populasi yaitu 10.624 yang bersumber pada situs resmi statistik

Kementerian Kelautan dan Perikanan dengan menggunakan rumus slovin, sebagai berikut:

$$n = \frac{10.624}{1 + 10.624 \times (0,15)^2}$$

$$n = 44,26 = 44$$

Sampel sebanyak 44 merupakan pelaku usaha unit pengolahan ikan Jawa Timur. Pemilihan sampel penelitian dilakukan secara *simple random sampling*. *Simple random sampling* adalah suatu sampel yang terdiri atas sejumlah elemen yang dipilih secara acak, dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisa Pesaing

Dalam dimensi ini mengidentifikasi pesaing dengan cara melihat *website-website* yang berhubungan dengan perikanan. Berikut merupakan *website* yang menjadi pesaing dari sistem GIS:

Tabel 1  
 Perbedaan Website GIS dengan Pesaing

| No. | Nama Website   | Perbedaan  |   |
|-----|--|--|---|
|     |  | Website Pesaing  | Website GIS   |
| 1.  | fishinfojatim.net/<br>(Fishinfo Jawa Timur)                      | Menyajikan peta visual Jawa Timur dengan informasi ketersediaan ikan, tren ikan, info harga ikan.<br>Menyajikan katalog produk harga ikan segar dan macam produk olahan ikan.                              | Menyajikan peta visual Jawa Timur dengan warna tertentu yang membedakan sesuai hasil <i>cluster</i> pada wilayah tersebut.<br>Menyajikan informasi yang dibagi menjadi lingkungan internal dan eksternal. |
| 2.  | sigpukan.id/<br>(Sistem Informasi Usaha dan Investasi Perikanan) | Menyajikan peta sebaran usaha perikanan Kota/ Kabupaten Jawa Timur<br>Menyajikan jumlah usaha, jumlah poklamsar Kota/ Kabupaten Jawa Timur<br>Informasi kontak sigpukan, <i>invest</i> ikan dan statistik. | Menyajikan potensi bisnis pada Kota/ Kabupaten Jawa Timur di setiap <i>clusternya</i> .<br>Menyajikan strategi bisnis pada Kota/ Kabupaten Jawa Timur di setiap <i>clusternya</i>                         |

*Website* pesaing tersebut memiliki kemiripan dengan yang disajikan sistem GIS. Akan tetapi, *website* tersebut belum dilengkapi dengan *clustering* pada setiap Kota/ Kabupaten di Jawa Timur. Hal ini diharapkan perancangan *website* GIS dapat melengkapi



kekurangan tersebut serta dapat melengkapi dan mendorong program pemerintah khususnya pelaku usaha di sektor perikanan agar lebih maju mengembangkan usahanya.

### ***Segmenting, Targeting, Positioning dan Marketing Mix***

*Segmenting, targeting* dan *positioning* (STP) merupakan pendekatan yang kerap digunakan dalam merancang strategi pemasaran.

#### **a. Segmentasi**

1. Segmentasi Perilaku dilihat dari kelompok penggunaannya yakni UMKM, investor, perusahaan menengah atas bidang perikanan, dan akademis yang memerlukan data terbaru pada sektor perikanan tangkap.
2. Segmentasi Demografis
  - a. Berdasarkan usia yakni umur usaha mulai dari awal usaha berdiri, investor dan akademisi yang berada pada usia produktif bekerja.
  - b. Berdasarkan jenis kelamin yakni bagi laki dan perempuan.
  - c. Berdasarkan pendidikan dan pekerjaan yakni bagi seseorang atau sekelompok orang yang memiliki konsentrasi pada potensi bisnis dan perikanan tangkap.
  - d. Berdasarkan laba usaha yakni laba minimal Rp 10.000.000 per tahun.
  - e. Berdasarkan status menikah, agama, ras yakni semua kalangan.
  - f. Berdasarkan modal usaha yakni mulai dari Rp 50.000.000.
  - g. Berdasarkan cakupan yakni yang memiliki satu cakupan Kota/ Kabupaten hingga beberapa cakupan di Jawa Timur.
3. Segmentasi Psikografis
  - a. Berdasarkan gaya hidup yakni mengembangkan suatu hal dari keterampilan dan kecakapannya dalam sektor perikanan tangkap.
  - b. Berdasarkan kepribadian yakni berkepribadian produktif dan kreatif
  - c. Berdasarkan ketertarikan yakni bagi yang tertarik pada bisnis sektor perikanan tangkap.
4. Segmentasi Geografis dilihat dari tempat domisilinya yakni UMKM, investor, perusahaan menengah atas yang berada di Jawa Timur dan luar Jawa Timur

#### **b. Targeting**

Pengembang menargetkan pasar untuk *website Geographical Information System (GIS)* adalah:

- a. Seorang investor dan pelaku usaha yang berdomisili di Jawa Timur atau luar Jawa Timur yang mencari potensi bisnis pada sektor perikanan tangkap di Jawa Timur.
- b. Akademisi yang memiliki ketertarikan atau berminat mempelajari atau mengembangkan keilmuannya dalam bidang usaha perikanan atau maritim serta sektor penunjangnya.
- c. *Positioning*

*Positioning* dapat dilihat dari logo sistem berbasis *website Geographical Information System (GIS)*.



Gambar 1. Logo GIS *Cluster Strategi Bisnis Perikanan Jatim*

Logo segitiga yang memiliki makna yang terinspirasi dari *triangle of long term success*. Adanya peta Jawa Timur memiliki makna bahwa Jawa Timur adalah wilayah yang *digunakan* dalam GIS *Cluster Strategi Bisnis Perikanan Jatim*. Pada logo ikan yang menggunakan warna yang berbeda menandakan bahwa dalam GIS *Cluster Strategi Bisnis Perikanan Jatim* memiliki pengkelompokkan *cluster* serta potensi dan strategi bisnis setiap wilayah. Dengan berlangganan, pengguna sistem GIS dapat mengetahui strategi bisnis setiap wilayah Kota/ Kabupaten Jawa Timur paling optimal hanya dari *smartphone* pengguna sehingga akan sangat memudahkan pengguna dan dengan benefit yang didapatkan, pengguna layak berlangganan. GIS *Cluster Strategi Bisnis Perikanan Jatim* memiliki slogan yakni “Data dan informasi *cluster* perikanan”

- d. *Marketing mix*

Menurut Kotler dan Keller (2016), *marketing mix* diabgi sebagai berikut:

- *Product* yakni layanan informasi dan data potensi dan strategi bisnis berdasarkan *cluster* perikanan tangkap Kota/ Kabupaten Jawa Timur melalui sistem GIS.



- *Price* yakni biaya berlangganan yang dikenakan Rp900.000/ tahun.
- *Place* yakni tidak menggunakan saluran distribusi karena penjualan dilakukan secara langsung (*direct selling*).
- *Promotion* yakni promosi yang dilakukan pengembang melalui penyebaran brosur, spanduk serta memberikan fasilitas trial kepada pengguna.

### **Business Model Canvas**

Berikut *business model canvas website Geographical Information System (GIS)*.

- *Key Partners* yakni kepada Institusi/ Akademisi (PPNS), Dinas Kelautan dan Perikanan Jawa Timur, Badan Pusat Statistik, Himpunan Nelayan Seluruh Indonesia.
- *Key Activities* yakni digitalisasi software untuk mewujudkan kemandirian ekonomi sektor perikanan tangkap dan pembaruan pengelompokan informasi serta strategi bisnisnya setiap wilayah Jawa Timur.
- *Value Proposition* yakni website informasi akurat cluster seluruh Kota/ Kabupaten Jawa Timur serta GIS memudahkan pelaku usaha meraih benefit optimal dengan potensi dan strategi bisnis setiap wilayah Jawa Timur.
- *Customer Relationships* dengan promo trial selama 3 bulan, harga khusus pada tahun pertama, program membership dan testimoni.
- *Customer Segments* yakni investor perikanan, perusahaan perikanan menengah atas dan akademisi.
- *Key Resources* yakni data variabel cluster, hak kekayaan intelektual, data lingkungan internal dan eksternal, leader dan anggota, laptop, modal usaha.
- *Channels* yakni melalui website GIS, brosur dan spanduk.
- *Cost Structure* yakni biaya lisensi, tenaga kerja langsung, fasilitas, promosi, material, lain-lain dan operasional.
- *Revenue Streams* yakni dari biaya berlangganan system GIS.

### **Aspek Pasar**

Aspek pasar menggunakan 3 dimensi yakni potensi pasar, kepentingan bagi pelaku usaha dan pendapatan. Potensi pasar digunakan untuk mengetahui peluang yang dibutuhkan untuk meningkatkan pengguna yang akan berkunjung pada sistem berbasis



*website Geographical Information System (GIS)*. Berdasarkan hasil angket yang disebarakan pada 44 responden secara *offline* dan *online* menilai bahwa potensi pasar dari sistem GIS memiliki potensi pasar yang cukup luas, dengan rata-rata 4,12 responden setuju bahwa potensi pasar dari sistem GIS cukup signifikan. Selanjutnya adalah kepentingan bagi pelaku usaha dianalisis guna mengetahui seberapa sistem GIS bagi responden. Berdasarkan hasil angket yang disebarakan menilai bahwa kepentingan bagi pelaku usaha dengan skor rata-rata 3,95 dapat disimpulkan bahwa responden masih cenderung setuju akan kepentingan sistem GIS bagi usaha yang responden jalankan dan peluang bisnis dalam perikanan tangkap.

Pada dimensi pendapatan dianalisis untuk mengetahui pengaruh dari informasi yang disajikan dalam sistem berbasis *website Geographical Information System (GIS)* terhadap pendapatan perusahaan pelaku usaha perikanan Jawa Timur. Berdasarkan hasil angket yang disebarakan memperoleh skor rata-rata sebesar 3,83. Skor rata-rata menunjukkan bahwa responden cenderung setuju terhadap benefit pendapatan dan kesempatan yang dapat diterima oleh pengguna (*user*) dari penggunaan sistem GIS. Sehingga dapat disimpulkan pada aspek pasar dengan 3 dimensi memperoleh skor rata-rata 3,97. Hal ini responden cenderung setuju bahwa perancangan sistem GIS akan memberikan dampak positif karena belum ada *website* yang menyajikan informasi dan data yang selalu *update* dan fokus pada sektor perikanan. Selain itu, sistem GIS dapat memenuhi kebutuhan untuk pengembangan usaha.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan analisis pasar pada sistem berbasis *website Geographical Information System (GIS)* maka disimpulkan sebagai berikut:

1. Pada persaingan *website* yang menyajikan peta visual, *website Geographical Information System (GIS)* memiliki kesamaan, namun *website* tersebut belum dilengkapi dengan cluster pada setiap Kota/ Kabupaten yang menjadi keunggulan *website Geographical Information System (GIS)*.
2. Pada STP, sistem GIS menargetkan pelaku usaha menengah atas sektor perikanan, investor dan akademis yang mencari potensi bisnis perikanan tangkap Jawa Timur. GIS Cluster Strategi Bisnis Perikanan Jatim memiliki fitur unggulan untuk





mengetahui strategi potensi bisnis perikanan tangkap pada setiap wilayah Kota/Kabupaten Jawa Timur.

3. Pada *business model canvas*, sistem GIS membagi 9 komponen untuk membantu perencanaan model bisnis *website Geographical Information System (GIS)*.
4. Pada hasil kuesioner aspek pasar membagi 3 dimensi. Hasil rata-rata dari 3 dimensi memperoleh skor rata-rata 3,97 yang berarti responden cenderung setuju sistem GIS memberikan dampak positif bagi pelaku usaha.

Hasil analisis pasar pada perancangan peta visual dengan basis *website Geographical Information System (GIS)* mengenai potensi bisnis dan strategi perikanan tangkap ini memberikan peluang kepada setiap pengusaha, terutama di sistem informasi dan bidang maritim, untuk berkolaborasi lebih efektif dalam memberikan informasi dan memungkinkan untuk membuka peluang usaha di bidang teknologi informasi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, P. dan G. Kotler (2012). **Dasar-Dasar Pemasaran**. Prenhalindo, Jakarta.
- Kasmir dan Jakfar. (2010). **Studi Kelayakan Bisnis**. Prenadamedia, Jakarta.
- Osterwalder, A. dan Y. Pigneur (2010). **Business Model Canvas**. John wiley & sons, inc, New Jersey.
- Philemon, Sundjaja dan Budiono. (2018). *Studi Kelayakan Online Travel Agent*. **Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis**, Vol. 14 No. 1. Universitas Brawijaya, Malang.
- Sugiyono (2016). **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D**. PT Alfabet Bandung.
- Suliyanto. (2010). **Studi Kelayakan Bisnis**. CV Andi Offset, Yogyakarta.
- Yuniati N. dan F. Rachman. (2016). *Pemetaan Sektor Perikanan Laut Kabupaten/Kota Jawa Timur dengan Metode Fuzzy K-Means Clustering*. **Seminar Nasional Maritim, Sains, dan Teknologi Terapan**. Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya, Surabaya.