

ABSTRAK

MOH. FAJAR GULTOM. 021119135. Strategi Pengembangan Usaha Ikan Koi Pada *Hills Farm Fish* Kota Bogor. Konsentrasi Manajemen Pemasaran, di bawah bimbingan: **SRI HARTINI** dan **ADITYA PRIMA YUDHA** 2025.

Komoditas ikan koi menjadi salah satu andalan Indonesia dalam menopang perekonomian masyarakat. Data mencatat dalam beberapa tahun terakhir produksi ikan koi nasional terus mengalami peningkatan dari 1,19 milyar ekor pada tahun 2017 menjadi 1,22 miliar ekor di tahun 2018 hingga tumbuh menjadi 1,28 milyar ekor dengan nilai mencapai Rp. 19.81 milyar pada tahun 2019. Direktur Jenderal Perikanan Budidaya, Slamet Soebjakto menyatakan bahwa Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) terus mendorong sektor usaha produktif seperti budidaya ikan koi karena telah terbukti dapat meningkatkan kesejahteraan pembudidaya. (sumber : Satu Data KKP diolah).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan usaha ikan koi pada *Hills Farm Fish* Kota Bogor. Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode penelitian deskriptif eksploratif. Metode penarikan sampel dilakukan dengan cara teknik non-probability sampling dengan purposive sampling. Dan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara, observasi, serta studi pustaka. Metode pengolahan data yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan business model canvas (BMC).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa elemen yang mengalami penyesuaian setelah dibuat formulasi strategi baru. Elemen tersebut meliputi *Value Proposition*, *Customer Relationship*, key activities, channel dan revenue stream. Formulasi strategi baru berdasarkan analisis model bisnis canvas bertujuan untuk melengkapi strategi yang sudah ada saat ini dan sudah diterapkan di *Hills Farm Fish*. Strategi baru pada elemen *Value Proposition* yaitu menambahkan beragam varietas ikan koi, memberikan layanan dengan ketersediaan yang konsisten dan memberikan pengalaman pembelian yang personal dan menyenangkan, *Customer Relationship* yaitu melakukan personalisasi pengalaman pelanggan dan memberikan pelayanan pasca jual, channels, menggunakan saluran online dan menggunakan media sosial dan membuat konten digital, key resources yaitu menambahkan fasilitas untuk usaha budidaya dan menyediakan layanan pelanggan dan revenue stream yaitu penjualan pakan, penjualan suplemen dan menyediakan penjualan produk tambahan yang sesuai dengan kebutuhan ikan koi.

Kata Kunci : Strategi Pengembangan, Bisnis Model Canvas