ABSTRAK

Kesenjangan informasi dapat ditempatkan sebagai salah satu indikator kemiskinan. “Kesenjangan info” menunjukkan ketidakmampuan mengakses dan menggunakan informasi yang akan berdampak pada kesejahteraan seseorang. Banyak pengalaman di Negara-negara berkembang menunjukkan, bahwa akses informasi sangat dibutuhkan oleh masyarakat, dimana tujuannya antara lain agar dapat mengetahui harga jual produk, baik itu sektor pertanian, perikanan maupun usaha lainnya. Dengan mengetahui informasi harga jual dimungkinkan masyarakat setempat mendapatkan penghasilan yang lebih tinggi. Karena mempunyai nilai jual tinggi, maka dengan sendirinya penghasilan masyarakat meningkat.

Sebagai contoh adalah potensi SDA yang ada di Kabupaten Seruyan dimana sektor kelautan dan perikanan diharapkan dapat dikembangkan untung mendorong pertumbuhan ekonomi bagi masyarakat. Akan tetapi, Pemanfaatan dan pengelolaan sumber daya kelautan dan perikanan masih belum optimal, hal ini disebabkan oleh berbagai keterbatasan antara lain lemahnya kelembagaan, masih rendahnya sumber daya manusia dan kurangnya petugas lapangan yang dapat memberikan informasi mengenai teknik usaha perikanan. Berdasarkan kenyataaan tersebut, telecenter diharapkan menjadi sebagai salah satu solusi untuk mengatasi kesenjangan informasi yang terjadi di kabupaten Seruyan. Namun, menurut Jaringan Telecenter Indonesia hampir setiap telecenter di Indonesia memiliki masalah yang sama, yaitu bagaimana telecenter tersebut dapat terus beroperasi dan mencapai kemandirian. Berdasarkan pengalaman tersebut, maka penelitian ini akan bertujuan untuk menentukan model bisnis telecenter dengan menggambarkan pendapatan serta pengeluarannya.

Model bisnis akan dibuat dengan melihat kondisi wilayah dan masyarakat nelayan di kabupaten Seruyan sehingga dapat ditentukan customer value, revenue sources, profit site, dan scope. Price ditentukan dengan melihat dan mempertimbangkan tarif layanan sejenis yang sudah ada. Implementation dan connected activities ditentukan berdasarkan customer value dan revenue sources. Sustainability ditentukan dengan kajian kelayakan, dan capabilities dilihat dari nilai cash out flow.

Model bisnis yang dibuat memiliki sepuluh komponen, diantaranya customer value, revenue sources, profit site, scope, price, implementation, connected activities, cost structure, sustainability, dan capabilities. Adapun pelanggan yang menjadi sasaran telecenter adalah masyarakat(khususnya nelayan), organisasi, dan industri/UKM. Dengan melihat karakteristik dari pelanggan maka customer value akan difokuskan pada empat hal, yaitu location, product feature, service, dan low price. Revenue sorces meliputi layanan-layanan yang ditawarkan oleh telecenter. Berdasarkan penelitian dengan melihat permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan, maka diperoleh 17 layanan dengan tarif yang disesuaikan berdasarkan tarif layanan sejenis yang sudah ada. Profit site menyatakan tekanan kompetisi yang dihadapi oleh telecenter. Scope menyatakan segmen pasar dan jumlah demand atas masing-masing layanan. Connected activities menyatakan aktivitas yang perlu dilakukan oleh telecenter pada fae perkenalan. Implementation akan membahas pada struktur organisasi dari karyawan telecenter. Cost structure menyatakan besarnya CAPEX dan OPEX. Berdasarkan kajian kelayakan yang telah dilakukan diperoleh bahwa NPV sebesar Rp 1.568.435, IRR >20%, dan PBP <4 tahun sehingga model bisnis ini layak untuk dilaksanakan.

Dari hasil penelitian diperoleh sepuluh komponen model bisnis yang saling mempengaruhi satu sama lain. Kemudian, pada skenario bisnisnya menunjukan bahwa pendapatan dan pengeluaran telecenter terus mengalami kenaikan, dimana selama 4 tahun pengoperasianya pendapatan lebih besar dari pengeluaran.

Kata kunci : Telecenter, model bisnis, nelayan